

**Саратовский государственный университет
им. Н.Г.Чернышевского**

Кафедра «Финансы и кредит»

**СОВРЕМЕННАЯ
ЭКОНОМИКА РОССИИ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ**

Сборник научных статей

**Саратов
2012**

УДК 338(470+571) (082)

ББК 65.9(2Рос) я43

С 54

С 54 Современная экономика России: проблемы и перспективы развития. Сб. науч. ст. /Под. ред. доцента А.Н. Айриевой. – Саратов: Издательство «Саратовский источник», 2012. – 148 с.

ISBN 978-5-91879-166-0

Сборник подготовлен сотрудниками кафедры «Финансы и кредит», «Менеджмента и маркетинга», «Экономической теории и национальной экономики», а также преподавателями других ВУЗов города Саратова.

В сборнике рассматриваются теоретические и практические проблемы формирования конкурентоспособной экономики современной России.

Большое внимание уделено наиболее приоритетным задачам развития рыночных отношений в России и преодоления последствий экономических кризисов: поддержанию устойчивого экономического роста, повышению инвестиционной активности, внедрению инновационного подхода во всех сферах экономической системы, использованию логистических схем в рамках антикризисного управления экономикой, нормализации деятельности финансового и банковского сектора, а также обеспечения ее инновационного переустройства, осуществлению государственного финансового стимулирования инвестиционной деятельности, разработки механизмов рационального функционирования государственно-частного партнерства в инновационной сфере, оптимизации налоговой нагрузки на хозяйствующих субъектов, повышению эффективности использования основных производственных ресурсов и человеческого капитала в целях укрепления финансового положения предприятий и др.

Сборник адресован студентам, аспирантам, преподавателям, научным и практическим работникам.

Рекомендовано кафедрой финансов и кредита

Редакционная коллегия:

Кандидат экономических наук, доцент *Балаш О.С.*

Кандидат экономических наук, доцент *Айриева А.Н.*

УДК 338(470+571) (082)

ББК 65.9(2Рос) я43

ISBN 978-5-91879-166-0

© Коллектив авторов, 2012

СОДЕРЖАНИЕ

1. Азаренко А.А. Проблемы проектного финансирования в инновационной деятельности	4
2. Айриева А.Н. Инвестиционная деятельность как объект государственного финансового стимулирования.....	9
3. Балаш О.С. Статистический подход к анализу равномерности расселения социальных групп.....	22
4. Гвоздева С.М. Мотивация управления персоналом в филиалах ОАО «Сбербанк РФ».....	32
5. Земсков М.В. Антикризисная организация логистики.....	37
6. Калашников И.Б., Калашникова Н.И. Кредитная система: проблемы ее инновационного переустройства.....	42
7. Коротковская Е.В. Тенденции развития некоммерческого сектора в современной России.....	54
8. Костева М.В. Взаимодействие инвестиций и конкурентоспособности на макроэкономическом уровне.....	62
9. Малинский И.Г., Коротковская Е.С. Социально-экономический анализ деятельности некоммерческих организаций в российской экономике.....	69
10. Муратова Д.Р. Роль переоценки основных фондов промышленных предприятий в модернизации экономики РФ.....	79
11. Очкина И.И. Особенности стратегического управления в образовательных учреждениях в условиях конкуренции.....	81
12. Очкин Р.О. Глобализация – воздействие на экономику России.....	86
13. Пестрякова Е.М. Анализ и классификация методик определения эффективности функционирования интегрированных промышленных структур.....	89
14. Попова Т.И. Проблемы повышения эффективности Интернет-маркетинга.....	95
15. Сенокосова О.В. Человеческий капитал в инновационной экономике.....	104
16. Сердюкова Л.О. Методы оценки интеллектуального капитала предприятий как элементов региональной инновационной системы.....	108
17. Стазаева И.В. Вопросы противодействия коррупции на региональном уровне.....	117
18. Степанов И.И. Некоммерческая организация как особая форма экономической деятельности.....	121
19. Сушкова И.А. К вопросу об оптимизации налоговой нагрузки на хозяйствующих субъектов	126
20. Фирсова А.А. Проблемы разработки механизмов инвестирования проектов государственно-частного партнерства в инновационной сфере.....	134
21. Юркова М.С., Е.А. Лиховцова Роль кластеров в развитии экономики региона.....	138
22. Ясакова Ю.П. Креативная экономика и развитие города.....	143

Проблемы проектного финансирования в инновационной деятельности

В современной России на фоне экономического кризиса встает проблема модернизации и последующего перехода к инновационной экономике. Это невозможно сделать без грамотного распределения финансов и организации финансовой деятельности. Одним из элементов решения данной задачи является применение проектного финансирования с долей государственного участия. Проектное финансирование (ПФ) - разновидность инвестиционного кредита, способ кредитования проектов, при котором возврат денежных средств осуществляется за счет денежного потока, генерируемого самим проектом, то есть без привлечения на цели погашения иных источников денежных средств. Основные характерные черты проектного финансирования:

1. Проектное финансирование позволяет сконцентрировать значительные денежные ресурсы, необходимые для реализации определённого инвестиционного проекта путём использования всей совокупности объединённых источников и методов финансирования инвестиционных проектов: коммерческого и банковского кредитов, эмиссии акций, взносов в акционерный капитал, облигационных займов, финансового и операционного лизинга, собственных средств компании и др.

2. ПФ предполагает широкий круг участников, задействованных в реализации инвестиционного проекта: инициатор проекта; кредиторы; международные финансовые институты; федеральные, региональные и местные органы власти; подрядчики; поставщики оборудования, сырья и материалов; покупатели товаров и услуг, производимых на объекте инвестиционной деятельности; страховые компании, финансовые советники, консультанты и др.

3. ПФ предусматривает обособление проекта от остальной деятельности компании и создание специальной организации по управлению проектом — проектной компании, действующей исключительно в целях реализации проекта. Как правило, это означает, что сам проект, все основные и оборотные активы данного проекта, все связанные с ним денежные потоки выносятся за баланс организации -учредителя проекта.

4. В отличие от инвестиционного кредитования, при котором источником возврата кредита является вся хозяйственная и финансовая деятельность заемщика, включая доходы, генерируемые проектом, при проектном финансировании возврат вложенных средств осуществляется на этапе эксплуатации проекта за счет доходов, генерируемых самим проектом. В дополнение, в качестве залога могут выступать активы заемщика, но их размер, как правило, не сопоставим со стоимостью проекта.

5. ПФ предполагает обеспечение максимально эффективного управления рисками, связанными с реализацией инвестиционного проекта. Помимо традиционных методов снижения рисков, используется метод их распределения между участниками инвестиционного проекта, а также разделение обязанностей по реализации проекта среди специализированных исполнителей, обладающих необходимой квалификацией, опытом и ресурсами, а также для концентрации положительных эффектов, определяемых финансовой и юридической структурой проекта для максимизации прибыли и доходов участников проекта.

6. ПФ предусматривает тщательную проработку, взаимосвязанность и согласованность всех стадий инвестиционного цикла проекта: преинвестиционной, инвестиционной и эксплуатационной, в рамках которых должны быть обеспечены: а) определение конкретных целей реализации проекта и методов их достижения; б) проведение проектного анализа, результатом которого должно стать формирование различных вариантов реализации проекта; в) разработка обоснования целесообразности и эффективности реализации инвестиционного проекта, предусматривающего подготовку определенного ряда документов: технико-экономического обоснования, проектно-сметной документации, инвестиционного обоснования, бизнес-плана, договоров на поставку оборудования и пр. При оценке эффективности проекта первостепенное значение отводится расчету и анализу таких показателей, как: показатели конкурентоспособности, показатели платежеспособности, ожидаемые денежные потоки, простой и дисконтированный сроки окупаемости, внутренняя норма доходности, чистая приведенная стоимость; г) организация финансирования проекта с целью обеспечения его необходимыми инвестиционными ресурсами.¹

В российских условиях дефицита инвестиционных ресурсов поиск дополнительных форм финансирования является достаточно важной проблемой. В связи с этим развитие инструментария проектного финансирования и возможности его практического применения в российской практике являются весьма своевременным. Проблемы при осуществлении проектного финансирования возникают вследствие сложности и множественности экономических и правовых отношений, возникающих между участниками проекта, чувствительности проекта к изменениям окружающей экономической, политической и правовой среды, т.е. вследствие большого количества различных рисков, а также вследствие уникальности каждого проекта.

Основные тенденции развития проектного финансирования определяются конкуренцией между крупными транснациональными банками и разнообразными потребностями в капиталовложениях. Преобладающей тенденцией развития проектного финансирования в промышленно развитых странах Запада является использование всего разнообразия источников и методов финансирования инвестиционных проектов. При уменьшении необходимости в страховании политических рисков и повышении уровня при-

¹ Сергей Нехаев, эксперт в области проектного финансирования интервью 26 сентября 2011 г.

емлемости странового риска для инвесторов, проекты все в большей степени финансироваться одновременно из нескольких источников, одновременного использования нескольких инвестиционных технологий.

Отличительной чертой проектного финансирования является возможность привлечения к реализации проекта широкого круга участников: инвесторов, производителей оборудования, консалтинговых, лизинговых, страховых и финансовых компаний, подрядных и государственных организаций, которые, как правило, связаны между собой сложными, многосторонними договорными отношениями. Экономическая цель участников – реализовать проект в заданные сроки в пределах согласованного бюджета и в соответствии с утвержденной спецификацией и получить доход.

Основными институтами, организующими инвестиции на условиях проектного финансирования, являются корпорации и стратегические инвесторы. Не должно быть иллюзий насчет банков, которые в силу российского банковского законодательства не имеют возможности в принципе участвовать в проектном финансировании, хотя практически все имеют соответствующие департаменты. Последние – больше дань моде или способ подбора проектов для вне банковского финансирования.²

Соискателям инвестиций для проектов, финансируемых с использованием технологий проектного финансирования, необходимо понимать, что на время привлечения инвестиций, необходимо отдать контроль над фирмой инвестору, также необходимо перерегистрировать фирму в ОАО, так как единственным способом ввода денег в проект является выкуп пакета акций, их дополнительной эмиссии. Так же стоит заметить неизбежность открытия информации о проекте, соискателе инвестиций.

Есть еще ряд требований для соискателя: 1. Принимать требование отдачи инвестору доли прибыли, а не фиксированных процентов за использование инвестиционных ресурсов. 2. Необходимость оплаты проведения экспертиз, организацию презентаций, в общей сложности объемы предварительных затрат могут составить от 5 до 10% от объема привлекаемых инвестиций. 3. Процесс организации проектного финансирования проекта занимает от полугода. 4. Подготовка проекта потребует значительных усилий топ-менеджмента соискателя инвестиций. 5. Неизбежность вовлечения в проект части активов соискателя инвестиций. 6. Выполнение всех стадий инвестиционного проектирования – наличия концепции, стратегии развития проекта, бизнес-планов по отдельным объектам инвестирования. 7. Обязательность создания консорциума, в который будут вовлечены все участники проекта.³

Можно с уверенностью сказать, что без политической защиты со стороны международного сообщества и государства коммерческое кредитование крупных российских проектов на основе классического проектного финансирования не будет доступно. Потребуется значительные усилия государст-

² Журнал, Корпоративный менеджмент июль 2011, электронная версия. – 23 с.

³ Журнал «Финанс» №37 (223) 01 октября - 07 октября 2011, электронная версия – 31 с.

ва и бизнес-сообщества по развитию коммерческого и финансового законодательства, достижению единообразия его применения, по подготовке специалистов и созданию действенной организационной инфраструктуры.

Проблемы и развитие проектного финансирования в России связаны с динамикой инвестиционных процессов в России и ролью банковских институтов. Для развития механизмов проектного финансирования в России требуются: 1. Политическая стабильность и определенность в политике государственного регулирования экономики. 2. Формирование законодательной базы проектного финансирования. 3. создание государственной системы поддержки механизмов проектного финансирования. 4. Создание государственной системы информирования потенциальных инвесторов о российских инвестиционных проектах и программах. 5. Подготовка менеджерских кадров и накопление ими практического опыта. 6. Создание специализированных институтов долгосрочного финансирования. 7. Дальнейшее развитие рынка капиталов и производных финансовых инструментов.⁴

Создание инвестопроводящей среды в условиях группы компаний, единой партнерской сети - не только интересно, но и необходимо, а также займет меньше времени и станет первым шагом в развитии институтов проектного финансирования в стране в целом, если мы одной из основных целей ставим использование проектного финансирования как основного источника финансирования инвестиционных проектов. Развитие инструментария проектного финансирования отдельными частными компаниями и партнерскими сетями способствует реализации всех вышеназванных условий. При этом основными элементами инвестопроводящей среды проектного финансирования должны являться: информационная и маркетинговая среды, отбора перспективных отраслевых и региональных рынков, первичного выбора эффективных инвестиционных проектов и программ, соискателей инвестиций; технологическая, экологическая и финансовая экспертизы инвестиционных проектов и программ для целей принятия инвестиционных решений; оценка активов соискателей инвестиций, эффективности проектов; страховое обслуживание проекта и инвестора, минимизация рисков; комплексное финансовое обслуживание процесса реализации проекта; управление проектом, контроль его развития и обеспечение возврата инвестиций.

Как видно, организация проектного финансирования – структурированное, но трудоемкое дело. Инвестопроводящая схема организации финансирования проектов детерминирована, но требует значительных усилий по созданию. При этом без одного из вышеназванных элементов такой среды для любого инвестиционного проекта его практическая реализация невозможна.

На основе вышесказанного проектное финансирование определяется как экономическая категория, которая складывается как союз участников для организации финансирования инвестиционного проекта. В целом ПФ будет выглядеть следующим образом.

⁴ Дмитрий Шустерняк, управляющий ЗАО «ФинЭкспертиза Консалтинг» интервью 2011 г.

Проектное финансирование представляет собой такой способ организации долгосрочного финансирования крупномасштабного инвестиционного проекта, при котором для реализации данного проекта его инициаторами создается новая юридически обособленная компания — проектная компания. При этом максимально формализуются будущие, генерируемые такой компанией денежные потоки, которые являются основным обеспечением для обслуживания и возврата привлеченных средств, а распределение рисков проекта осуществляется между сторонами, вовлеченными в процесс его реализации и в наибольшей степени готовых к покрытию того или иного риска.

Ко всему вышесказанному необходимо добавить, что, несмотря на высокие риски, свойственные во многих случаях проектам, реализуемым через механизм проектного финансирования, понятие проектного финансирования нельзя смешивать с понятием венчурного финансирования. Последнее предполагает инвестирование средств одновременно в несколько проектов с изначальным ожиданием того, что часть этих проектов окажутся убыточными. Это связано с использованием при их реализации новых, не апробированных ранее технологий. В отличие от венчурного финансирования проектное финансирование всегда осуществляется в расчете на прибыльность конкретного проекта, осуществляемого на основе известных и успешно зарекомендовавших себя в прошлом технологических решений. К тому же на выпускаемую продукцию в рамках проекта при применении ПФ, как правило, существует повышенный рыночный спрос и существуют биржевые котировки, что облегчает формализацию и расчёт будущих денежных потоков.

Итак, одним из наиболее эффективных способов реализации крупномасштабных долгосрочных проектов, по нашему мнению, выступает применение метода проектного финансирования, который позволяет оптимальным образом распределить риски среди многочисленных участников проекта.

На развивающихся рынках проектное финансирование дает возможность хорошо структурированным и экономически обоснованным проектам быть реализованными даже в том случае, когда организаторы проекта не в состоянии предоставить необходимый объем финансирования и взять на себя все риски связанные с реализацией проекта. Разработанный механизм разделения инвестиционных затрат, рисков и вознаграждения между заинтересованными сторонами позволяет повысить вероятность привлечения необходимых средств, и соответственно, реализацию проекта.

Проектное финансирование позволяет мобилизовать значительные средства для реализации отдельных проектов, однако требует значительной работы по выявлению и минимизации рисков. Каждый проект имеет свой набор рисков,- простых универсальных правил для работы с ними не существует.

Инвестиционная деятельность как объект государственного финансового стимулирования

Исторический экскурс в теорию инвестиций показал, что до сих пор нет однозначного подхода к определению сущности инвестиционной деятельности и бюджетных инвестиций, а это очень важный методологический вопрос, ибо неточность терминологического толкования экономических категорий затрудняет решение как научных, так и практических задач. Поэтому для внесения ясности и определенности в наш дальнейший анализ исследуемой проблемы считаем целесообразным разъяснить авторское понимание экономического содержания и систематизации основных понятий.

Английский экономист Джон Мейнард Кейнс⁵ подчеркивал роль инвестирования в системе производства и дохода. Наряду с потребительскими расходами населения, государственными закупками новых товаров и услуг и чистым экспортом, реальные инвестиции являются одной из четырех составляющих совокупной величины расходов валового национального продукта (ВНП). Существенными факторами, влияющими на инвестиции, являются время и риск⁶. Чем выше норма инвестиций, тем выше темп экономического роста, быстрее увеличивается национальный доход и повышается уровень жизни⁷. Во многих работах зарубежных и отечественных ученых указывается на определяющую роль государства в формировании и регулировании рыночных механизмов.⁸ Поэтому важнейшим вопросом становится создание благоприятного инвестиционного климата в стране, включающего как правовые, экономические вопросы, так и информационное и научное обоснование необходимости и целесообразности капитальных вложений в промышленность⁹.

С нашей точки зрения, инвестиции – это все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, которые вкладываются в объекты предпринимательской и других видов деятельности с целью получения дохода либо другого положительного эффекта. Планируемый эффект зависит от целей инвестирования, поэтому целенаправленность – основной принцип инвестиционной деятельности. В качестве инвестиционных имущественных ценностей могут выступать: денежные средства и другие финансовые инструменты

⁵ Кейнс, Дж. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. Кейнс.- М., 1978. – С. 117.

⁶ Шарп, У.Ф. Инвестиции: Пер. с англ. / У.Ф. Шарп, Г. Александер, Д. Бэйли. – М.: Инфра-М, 2001. – с. 2.

⁷ Там же.

⁸ Ансофф, И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 207 с.

Fama, E.F. The Theory of Finance / E.F. Fama, M.H. Miller. - Holt, Rinehart&Winston, 1972.

⁹ Обозов, С.А. Формирование инвестиционного потенциала предприятий промышленности, строительства и городского хозяйства: Монография / С.А. Обозов. - Н. Новгород: Изд-во Ниж. гос. ун-та, 1998. – 268 с.

(целевые банковские вклады, акции, облигации и другие ценные бумаги), движимое и недвижимое имущество (здания, сооружения, машины и оборудование, транспортные средства, вычислительная техника), имущественные права, вытекающие из авторского права, лицензии, патенты, ноу-хау, программные продукты, опыт и другие интеллектуальные ценности, права пользования землей, недрами и другими природными ресурсами.

Следует различать понятия: инвестирование, инвестиционная деятельность, управление инвестициями. С нашей точки зрения, инвестирование – это процесс вложения денежных средств (ценностей) в то или иное направление деятельности, а инвестиционная деятельность – это совокупность практических действий юридических лиц, граждан и государства по организации процесса инвестирования. Управление же инвестициями предполагает разработку и реализацию экономического механизма реализации стратегии и тактики инвестиционной деятельности.

Понятие «инвестирование» является одним из ключевых моментов в раскрытии темы. Для зарубежной экономической литературы, а также для теоретических исследований по проблемам инвестиций характерен достаточно широкий подход к определению инвестиций и процесса инвестирования¹⁰.

Так, П. Массе считает, что «инвестирование представляет собой акт удовлетворения сегодняшней потребности на ожидаемое удовлетворение ее в будущем с помощью инвестиционных благ».¹¹ Дж. Кейнс определяет инвестиции как «текущий прирост ценности капитального имущества в результате производственной деятельности данного периода», как ту «часть дохода за данный период, которая не была использована для потребления».¹²

В широком смысле понятия «инвестиции» и «инвестирование» рассматриваются также Ф.С. Тумусовым. Он считает, что «инвестиции – это затраты денежных средств, часть дохода, которая используется не на текущее потребление, а на воспроизводство всего общественного и индивидуального капитала ...».¹³

А.В. Воронцовский под инвестицией понимает деятельность инвестора, направленную на достижение своих, как правило, долгосрочных целей, не связанных с текущим потреблением; деятельность, которая основывается на вложении (расходах) собственного и заемного капитала, из всей теории инвестирования выделяет понятие «материальное инвестирование»¹⁴.

Более практическое определение этому процессу дает В.М. Серов. «Инвестирование – это вложение средств и других капиталовложений в реализацию различных экономических проектов с целью последующего их увеличения».¹⁵

¹⁰ Хэгстром, Роберт Дж. Инвестирование. Последнее свободное искусство: пер.с англ. / Р.Д. Хэгстром. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 288с.; Вахрин, П.И. Инвестиции / П.И. Вахрин, А.С. Нешитой. – 3-е изд., перераб и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005.- 380с.

¹¹ Массе, П. Критерии и методы оптимального определения капиталовложений / П. Массе. - М., 1971. – С. 27.

¹² Кейнс, Дж. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. Кейнс. - М., 1978. – С.117.

¹³ Тумусов, Ф.С. Инвестиционный потенциал региона: теория, проблемы, практика / Ф.С. Тумусов. – М.: Экономика, 1999. – С.12-13.

¹⁴ Там же, С.19.

¹⁵ Серов, В.М. Инвестиционный менеджмент: учеб. пособие / В.М. Серов. – М.: ИНФРА – М.,

Официально под инвестициями понимаются денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта¹⁶. Несколько иное определение дано в справочном пособии для специалистов и предпринимателей «Управление инвестициями»¹⁷, более простое определение инвестиций дано в региональном законе.¹⁸ Следует заметить, что в экономической науке существуют несколько различных подходов к классификации инвестиций.

Кэмпбэл Р., Макконелл и Стенли Л. Брю рассматривают инвестиции как «затраты на производство и накопление средств производства и увеличение материальных запасов»¹⁹.

Американские экономисты С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи²⁰ также рассматривают инвестиционные расходы как затраты. Для этой группы авторов характерно, что в понятие инвестиций они не вкладывают ценные бумаги, нематериальные активы, какие-либо другие ценности.

В.С. Бард по данному вопросу придерживается иного мнения: «инвестиции – это не затраты (хотя соответствующие затраты и следуют за инвестициями), а авансирование»²¹.

Немецкий профессор Вайнрих²² классифицирует инвестиции относительно объекта приложения и характера использования. Здесь следует заметить, что инвестиции в имущество и нематериальные инвестиции было бы целесообразно объединить в одну группу, так как и те, и другие - вложения в производство, или так называемые прямые инвестиции. В рамках предложенной автором классификации не оправдано выделение экстенсивных инвестиций и реинвестиций. Цели они преследуют одинаковые, но источники возникновения капитала различны. Следовательно, и основания классификации здесь используются различные.

А. Кульман считает инвестирование операцией, посредством которой сбережения трансформируются в средства производства²³. Он рассматривает косвенное инвестирование (с использованием денежных средств), прямое (без использования денежных средств), а также промежуточный механизм

2000. – 272с.

¹⁶ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»: Федеральный закон от 25 февраля 1999г. №39-ФЗ. (изменен от 22.08.04) : Офиц. изд. : СЗРФ от 1 марта 1999. - № 9. Ст. 1096.

¹⁷ Управление инвестициями: в 2-х т.: Справочное пособие для специалистов и предпринимателей / В.В. Шеремет, В.М. Павлюченко, В.Д. Шапиро и др. – М.: , 1998. - Т.1. - с. 54.

¹⁸ О гарантиях частных инвестиций в Саратовской области: Закон Саратовской области // Саратовские вести по понедельникам. - 1997. № 1486. от 3 марта.

¹⁹ Макконелл, Кэмпбэл Р. Экономикс: принципы, проблемы, политика: В 2 т. / Кэмпбэл Р. Макконелл, Стенли С. Брю. - М.: Республика, 1993. - Т. 1. – С. 388.

²⁰ Фишер, С. Экономика / С.Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи; Пер. с англ., под общ. ред. и предисл. Г.Г. Самсонова. — М.: Дело, 1999. – 864 с.

²¹ Бард, В.С. Финансово-инвестиционный комплекс: теория и практика в условиях реформирования российской экономики / В.С. Бард. - М.: Финансы и статистика, 1998. – С. 24.

²² Weinrich, G. Invesitions-analyse / G. Weinrich, U. Hoffman — Munchen.: Wien Hauser, 1989.

²³ Кульман, А. Экономические механизмы; пер. с фр., / А. Кульман.; общ. ред. Н.И.Хрусталева — М.: А/О Издательская группа “Прогресс”, “Универс”, 1993. – С.86.

инвестирования, основанный на использовании собственного денежного капитала²⁴. Это – механизм самофинансирования предприятия.

Балабанов И. Т различает инвестиции рисковые, прямые, портфельные и аннуитет²⁵. Под рисковыми инвестициями, или венчурным капиталом, автор понимает инвестиции, производимые в новые сферы деятельности, связанные с большим риском в форме выпуска новых акций. Венчурный капитал инвестируется в несвязанные между собой проекты в расчете на быструю окупаемость вложенных средств. Рисковое вложение капитала обусловлено необходимостью финансирования мелких инновационных фирм в областях новых технологий. Он выступает посредником в учредительстве стартовых наукоемких фирм. Прямые инвестиции представляют собой вложения в уставный капитал хозяйственного субъекта с целью извлечения дохода и получения, прав на участие в управлении данным хозяйствующим субъектом. Под портфельными инвестициями автор понимает формирование портфеля путем приобретения ценных бумаг и других активов.

Рисковые инвестиции, по нашему мнению, не являются отдельным видом инвестиций, так как риск может наблюдаться как в портфельных, так и в прямых инвестициях. Однако можно согласиться с автором, что риск при инвестировании следует учитывать. Особенно если это инвестиции обеспечивающие обновление производства и (или) его продукта, в инновации.

Понятие капиталобразующих инвестиций очень близко к понятию капитальных вложений, которое используется в нашей отечественной практике.²⁶ В «Методических рекомендациях по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования» 1994 года под капиталобразующими понимаются инвестиции, направляемые в создание и воспроизводство основных фондов. Во второй редакции «Методических рекомендаций по оценке эффективности инвестиционных проектов» 2000 года дано несколько иное определение капиталобразующих инвестиций: это инвестиции, состоящие из капитальных вложений, оборотного капитала, а также иных средств, необходимых для проекта.

Таким образом, можно констатировать, что у различных, в том числе общепризнанных, экономистов отсутствует универсальная точка зрения на сущность категории «инвестиций», а также на их классификацию. Изложенные точки зрения далеко не исчерпывают разброс мнений по проблеме классификаций инвестиций.

Анализ развития производства и его экономического продукта позволяет выделить три его принципиально различных стадии, характеризующиеся специфическими детерминантами и направлениями инвестирования (таблица 1.1)²⁷

²⁴ Там же: с.87

²⁵ Балабанов, И.Т. Основы финансового менеджмента / И.Т. Балабанов. — М.: Финансы и статистика, 2001.

²⁶ Плотников, А.Н. Инвестирование субъектов инновационной деятельности: методический аспект / А.Н. Плотников. – Саратов: Сарат. гос. тех. ун-т, 2004. – 96 с.

²⁷ Данченко, Е.В. Инвестиции в новации / Е. В. Данченко // Предпринимательство, региональная

Таблица 1.1

Связь стадий развития экономического продукта, доминирующих детерминант и направлений инвестирования

Стадия	Доминирующие детерминанты	Направление инвестиций
Производство новшества	Потребности науки	Инвестиции в науку, изобретательство, рационализаторство
Внедрение новшеств в производство	Потребности потребителей	Инвестиции в новации
Серийное производство новой продукции или услуг	Потребности рынка товаров	Инвестиции в производства

В научной литературе и нормативной документации предлагаются самые разнообразные варианты классификации инвестиций, но все они так или иначе отталкиваются от механизма финансирования и направленности использования инвестиций, вследствие чего автором разработана иная группа классификации инвестиций, которая представлена в систематизированной таблице (табл. 1.2).

Таблица 1.2

Классификация инвестиций

Классификационный признак	Вид инвестиций
Сфера приложения	реальные финансовые нематериальные
Вид инвестиционных ресурсов	инвестиции в денежной форме инвестиции в натурально-вещественной форме инвестиции в форме нематериальных активов
Источники финансирования	собственные заемные привлеченные
Механизм финансирования и кредитования	прямые косвенные в покупку обособленных имущественных комплексов
Срок окупаемости	быстроокупаемые среднесрочно окупаемые долгосрочно окупаемые
Направление использования инвестиций	новое строительство расширение производства реконструкция действующих предприятий капитальный ремонт текущий ремонт техническое перевооружение действующих предприятий
Фаза проектного цикла	нетто-инвестиции реинвестиции брутто-инвестиции
По виду собственности	государственные частные

Градации инвестиционных вложений в зависимости от того, финансируются ли они за счет средств частных или институциональных инвесторов, имеет важное значение для целей макроэкономического регулирования инвестиционных процессов. Для управления инвестициями на уровне предприятия более важную роль играет классификация инвестиций в зависимости от вида имущественных прав, которые приобретает инвестор в процессе финансирования инвестиционного проекта. По мнению автора, приведенная классификация представляет определенную ценность для государственного контроля за инвестиционной деятельностью, так как позволяет отслеживать потоки финансовых ресурсов и активность различных субъектов инвестиционного рынка. Любые изменения прав собственности приводят к изменению структуры капитала, следовательно, нормы дисконта и показателей эффективности инвестиционного проекта. Кроме того, эти изменения вызывают перераспределение потоков между участниками инвестиционного проекта, следовательно, изменение доходности инвестиционных вложений.

Инвестиционная деятельность представляет собой вложение инвестиций и практические действия по реализации инвестиций, то в инвестиционной деятельности могут участвовать физические и юридические лица, в том числе иностранные, а также государства и международные организации.

По мнению автора, в экономической и нормативно-правовой литературе недостаточно четко дано определение бюджетных инвестиций, что не позволяет правильно определить задачи и принципы бюджетного инвестирования.

Лавров А.М. определяет бюджетные инвестиции как создание или увеличение за счет средств бюджета стоимости основных средств и иного имущества, находящихся в государственной (муниципальной) собственности²⁸: бюджетные инвестиции в объект государственной (муниципальной) собственности — бюджетные расходы в форме капитальных вложений в основные средства государственных (муниципальных) учреждений или государственных (муниципальных) предприятий.

В действующей редакции Бюджетного кодекса Российской Федерации понятие «бюджетные инвестиции» используется в статьях 79 и 80, но не определяется. В статье 67 дается определение капитальных расходов бюджетов, как части расходов бюджетов, обеспечивающей инновационную и инвестиционную деятельность, включая бюджетные кредиты на инвестиционные цели и капитальный ремонт.

В новой редакции Бюджетного кодекса Российской Федерации, которая будет действовать с 1 января 2008 года, бюджетные инвестиции будут определяться как создание или увеличение за счет средств бюджета стоимости основных средств и иного имущества, находящихся в государственной (муниципальной) собственности. В новой редакции Бюджетного кодекса Российской Федерации, в статье 79, определяются бюджетные инвестиции в объекты государственной (муниципальной) собственности как бюджет-

²⁸ Руководство по управлению региональными и муниципальными финансами. / Под ред. Лаврова А.М. Том. 2 М. ЛЕНАД. 2007. С.288

ные расходы в форме капитальных вложений в основные средства государственных (муниципальных) учреждений.

Содержательно речь идет о вложениях в строительство и модернизацию объектов государственной (и, возможно, муниципальной) собственности, приобретении машин и оборудования всех видов и программного обеспечения.

Отметим, что в данное определение не входят затраты на капитальный ремонт, формирующие капитальные расходы в соответствии с действующей редакцией Бюджетного кодекса Российской Федерации. В соответствии с экономической классификацией расходов бюджетов Российской Федерации, расходы на капитальный ремонт попадут в подстатью 225 «Услуги по содержанию имущества». Тем не менее, по экономическому смыслу затраты на капитальный ремонт близки к инвестициям в основные средства; в системе показателей, разрабатываемой Росстатом Российской Федерации, они входят в состав инвестиций в нефинансовые активы. Это должно быть учтено при определении объема финансовых ресурсов, который может быть выделен на бюджетные инвестиции в основные средства.

Очевидно, что в состав бюджетных инвестиций в основные средства не попадет большая часть затрат на государственную поддержку коммерческих инвестиций.

Данная редакция бюджетных инвестиций исключает часть реальных инвестиций, а именно, капитальный ремонт и инновационные инвестиции (вложения денежных средств в нематериальные активы), а также исключены все финансовые инвестиции (вложения денежных средств в финансовые активы). Это недопустимо, как так бюджеты всех уровней должны получать инвестиционные доходы в виде неналоговых поступлений от участия в капитальном ремонте, инвестирования инноваций (в рамках частно-государственного партнерства в системе венчурных фондов), финансового инвестирования (в рамках операций с государственными, региональными и муниципальными ценными бумагами в порядке заимствования, а также от управления портфелями акций, принадлежащих государству).

В связи с этим, автором предлагается следующее определение бюджетных инвестиций: бюджетные инвестиции – вложение всех видов имущественных и интеллектуальных ценностей за счет средств бюджетов всех уровней в объекты предпринимательской и других видов деятельности для создания или увеличения стоимости имущества (реальных и финансовых активов), получения инвестиционных доходов в виде неналоговых поступлений от участия в реальном и финансовом инвестировании.

Основная цель бюджетных инвестиций заключается в поддержании в надлежащем состоянии и расширении социальной инфраструктуры для максимально полного удовлетворения спроса на общественные блага в условиях ограниченных бюджетных ресурсов. Иными словами, объем общественных инвестиций определяется размером социальных обязательств государственного сектора экономики.

Инвестиционная политика субъекта Российской Федерации (муниципального образования) должна отражать стратегические и среднесрочные приоритеты социально-экономического развития, содержаться в ключевых финансовых документах – перспективном финансовом плане и бюджете. Инвестиционная политика должна быть теснейшим образом связана с налогово-бюджетной политикой, долговой политикой и политикой в области государственных (муниципальных) закупок. Отличительной особенностью эффективной инвестиционной политики является многолетняя перспектива планирования.

Управление бюджетными инвестициями является частью региональной (муниципальной) системы управления бюджетными расходами. Это значит, что задачи и принципы, применяемые в системе управления расходами, применяются и для бюджетных инвестиций. Особенности управления бюджетными инвестициями связаны с их нерегулярностью (инвестиционные расходы на какой-либо объект не воспроизводятся автоматически в очередном году после завершения инвестиционного проекта, то есть инвестиционные расходы относятся всегда к принимаемым обязательствам бюджета) и многолетним характером, что требует особых подходов к планированию, оценке и утверждению.

Тем не менее, система управления бюджетными инвестициями выделяется из вопросов управления расходами бюджетов и рассматривается отдельно в связи со спецификой управления бюджетными инвестициями. Они должны быть тесно увязаны со стратегией развития государственного (муниципального) сектора экономики, многолетним финансовым планированием, долговой политикой органов публичной власти. Все это требует особого подхода к формированию и управлению инвестиционными проектами и программами, заключению контрактов, имеющих зачастую многолетнюю перспективу, а также к мониторингу и контролю за эффективностью инвестиционных расходов.

Основными задачами управления бюджетными инвестициями являются:

- 1) обеспечение бюджетной дисциплины (расходы на бюджетные инвестиции должны быть реалистичными, осуществляться строго в рамках бюджетных ограничений — не выходить за рамки долговой емкости и соблюдать все ограничения, относящиеся к долгу и дефициту бюджета);
- 2) обеспечение эффективного распределения инвестиционных ресурсов (управление бюджетными инвестициями должно обеспечить выполнение стратегических и иных приоритетных задач социально-экономического развития, должно ориентироваться на долгосрочное бюджетное планирование);
- 3) обеспечение эффективного использования инвестиционных ресурсов (должны использоваться методы проектного финансирования, программно-целевой метод, мониторинг и контроль, оценка эффективности).

По мнению автора, для решения поставленных задач целесообразно придерживаться при планировании и осуществлении бюджетных инвестиций следующих принципов:

- согласование долгосрочной и среднесрочной социально-экономической политики с бюджетной инвестиционной политикой. Эффективное управление инвестициями возможно только при существовании тесной взаимосвязи инвестиционной политики со стратегией социально-экономического развития территории и среднесрочным бюджетным планированием. В идеале эта взаимосвязь реализуется в рамках годового бюджетного цикла. При этом ключевым моментом является четкая взаимосвязь политических решений относительно установления приоритетов и распределения бюджетных ресурсов. Отсутствие такой взаимосвязи крайне негативно сказывается на эффективности инвестиционных расходов и бюджетной политики в целом, поскольку при этом распределение средств между ключевыми задачами социально-экономической политики становится случайным, нестабильным и в целом ориентированным на удовлетворение текущих потребностей в ущерб долгосрочным целям. Таким образом, решение среднесрочных и долгосрочных задач социально-экономического развития становится фактически невозможным;

- единство текущих и капитальных расходов. В некоторых странах практикуется раздельное планирование текущих и капитальных расходов в рамках бюджетного процесса. Это приводит к отсутствию единой структуры бюджетных расходов и четкой связи функциональных статей расходов с целями и приоритетами социально-экономического развития территории;

- ограничение сферы бюджетных инвестиций. Сфера бюджетных инвестиций в идеале должна ограничиваться только инвестициями, имеющими социальный эффект. Это не означает полного отказа от участия государства в коммерческих проектах, а только подчеркивает, что получение прибыли не должно быть основной целью бюджетных инвестиций;

- применение проектного подхода и программно-целевого метода;

- согласование бюджетной инвестиционной и долговой политики.

Соблюдение описанных принципов позволяет не допускать финансовых разрывов при финансировании инвестиционных проектов, эффективно управлять бюджетными ресурсами, сосредотачивать их на самых социально-значимых направлениях.

Современные принципы организации бюджетного процесса требуют единства управления расходами без разделения их на капитальные и текущие. Это не означает отсутствие необходимости выделения капитальных расходов в отчетности, а только принцип единства управления бюджетными ресурсами.

На первый взгляд может показаться, что инвестиционное проектирование – явление относительно новое в отечественной экономической науке, особенно если отождествлять инвестиционный проект с технико-экономическим обоснованием или бизнес планом. Но экономическое обоснование инвестиционных проектов новых изделий было обязательным во все времена, и оно всегда проводилось по определенным правилам, регламентированным официальными методическими материалами. Таким образом, действительно новой является только форма документального оформления инвестиционного проекта – форма технико-экономического обосно-

вания или бизнес-плана.

В научной литературе до сих пор не выработано единого мнения относительно экономической сущности инвестиционного проекта.

Существенным недостатком данного определения является отсутствие каких-либо указаний на то, что названные в нем действия производятся в рамках инвестиционной деятельности физических и юридических лиц. Кроме того, ничего не сказано о целевой направленности этих действий. Таким образом, руководствуясь приведенным выше определением, к инвестиционному проекту можно отнести документальное оформление действий, преследующих совершенно произвольные цели.

Прямым следствием отсутствия четкой формулировки понятия инвестиционного проекта является то, что его зачастую отождествляют с другими экономическими категориями, что на наш взгляд, является абсолютно недопустимым. В следствии этого, автором предлагается наиболее обобщенное определение инвестиционного проекта, которое вытекает из разработанной автором классификации инвестиций: инвестиционный проект – документально оформленное проявление инвестиционной инициативы организации и частных лиц, которая предусматривает вложение капитала в определенный объект реального инвестирования, направленный на реализацию инвестиционных целей.

Не менее важным классификационным признаком, которому в научной литературе уделяется недостаточно внимания, является признак целевой ориентации инвестиционного проекта. По мнению автора, необходимость дифференциации инвестиционного проекта зависит от поставленных целей обусловленных следующими причинами:

Во-первых, проекты каждой из классификационных групп требуют различных подходов к оценке ассоциированных с ними результатов и затрат.

Во-вторых, инвестиционные проекты различных видов в принципе не могут обеспечить одинаковый уровень доходности, для каждого из них необходимо установить индивидуальные требования к минимальной норме прибыли. Универсальные инвестиционные проекты, которые в случае неблагоприятных изменений факторов внутренней и внешней среды могут быть легко перепрофилированы на выпуск новой продукции, на новые источники сырья, отличаются меньшей степенью риска, чем специфические инвестиционные проекты. Поэтому для оценки значимости инвестиционного проекта автором предлагается использовать критерий востребованности товаров и продуктов, производимых в рамках инвестиционного проекта.

Обобщая вышеизложенное, автором предлагается модернизированная схема классификации видов инвестиционных проектов на региональном уровне, адаптированных к современным условиям (см. рис. 1.1).

Несмотря на разнообразие классификационных признаков, и соответствующих классификаций проектов, остается не исследованным признак многообразности осуществления инвестиций в течение жизненного цикла проектов. Именно этот признак можно считать основанием для предложенной автором новой классификации.

На основании проведенного нами исследования инвестиционных проектов различных компаний, нами предлагается следующая градация проектов: - одnorазовые инвестиции; - многоразовые инвестиции.

Субъекты инвестиционной деятельности - физические и юридические лица, в том числе иностранные и международные организации, инвесторы, заказчики, исполнители работ, пользователи инвестиционных объектов, поставщики²⁹. Государство само является субъектом инвестиционной деятельности, выделяя бюджетные средства на конкурсной основе непосредственным инвесторам. Следует иметь в виду, что государство не преследует в качестве основной цели инвестиционной деятельности получение максимальной прибыли от реальных проектов, на финансирование которых направляются бюджетные средства. Государство при принятии инвестиционных решений руководствуется иными принципами, чем коммерческие организации при оценке эффективности реальных проектов (например, достижение максимальной социальной и экологической эффективности инвестиций и др.)³⁰. Государство определяет стратегию поведения инвесторов на рынке инвестиционных товаров, а также объем и структуру государственных инвестиций. Исходя из состояния экономики (уровня инфляции, дефицита бюджетной системы, структуры производства, платежеспособного спроса населения на товары и услуги и иных факторов) применяют те или иные концепции регулирования рынка инвестиционных товаров. При этом любая концепция базируется на целевых установках двух уровней: конечных целях (рост валового внутреннего продукта, увеличение занятости населения, снижение темпов инфляции до 3-6% в год); промежуточных целях (соотношение между спросом и предложением на капитал, процентные ставки по кредитным ресурсам, динамика денежной массы и др.). Конечные (стратегические) цели определяют степень воздействия данной формы финансовой и денежно-кредитной политики на производство. Важным субъектом инвестиционной деятельности является также региональные органы власти и органы местного самоуправления.

По мнению автора, для целей исследования при уточнении инвестиционного процесса за основу должен быть взят динамический подход, позволивший рассматривать его как совокупное движение инвестиций различных форм и уровней во времени. Моделирование инвестиционного процесса как объекта управления обусловило необходимость выделения его атрибутивных (ключевых) признаков. Их логическая обусловленность представлена в атрибутивной модели (рисунок 1.2).

Механизм развития должен опираться на соответствующие принципы развития региональной экономики в соответствии с целями инвестиционного процесса: стратегическими - согласованности, единства, целенаправлен-

²⁹ Шапиро, В.Д. Управление проектами / В.Д. Шапиро, И.И. Мазур. — М: Высш. шк., 2001. — 610с.; Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25 февраля 1999 года № 39-ФЗ, с изменениями от 02.01.2000 № 22-ФЗ. (изм. от 22.08.04): Офиц. текст : СЗРФ от 1 марта 1999. - № 9. Ст. 1096.

³⁰ Бочаров В.В. Инвестиции. СПб: Питер. 2002. С.40

ности; тактическими - эффективности, рациональности, адекватности; непрерывности, оперативными - гибкости, оперативности, участия.

Объектами инвестиционной деятельности могут быть вновь создаваемые и модернизируемые основные фонды и оборотные средства во всех отраслях народного хозяйства, ценные бумаги, целевые денежные вклады, научно-техническая продукция, другие объекты собственности, а также имущественные права и права на интеллектуальную собственность. Формы³¹ и состав инвестиций также весьма разнообразны. В законе Саратовской области «О гарантиях частных инвестиций ...»³² приведены конкретные формы осуществления инвестиций на территории Саратовской области.



Рис. 1.2. Концептуальная модель инвестиционного процесса на уровне региона как объекта управления

³¹ Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования. : Официальное изд. - М., 1994.

³² О гарантиях частных инвестиций в Саратовской области: Закон Саратовской области // Саратовские вести по понедельникам.1997. № 1486. 3 марта.

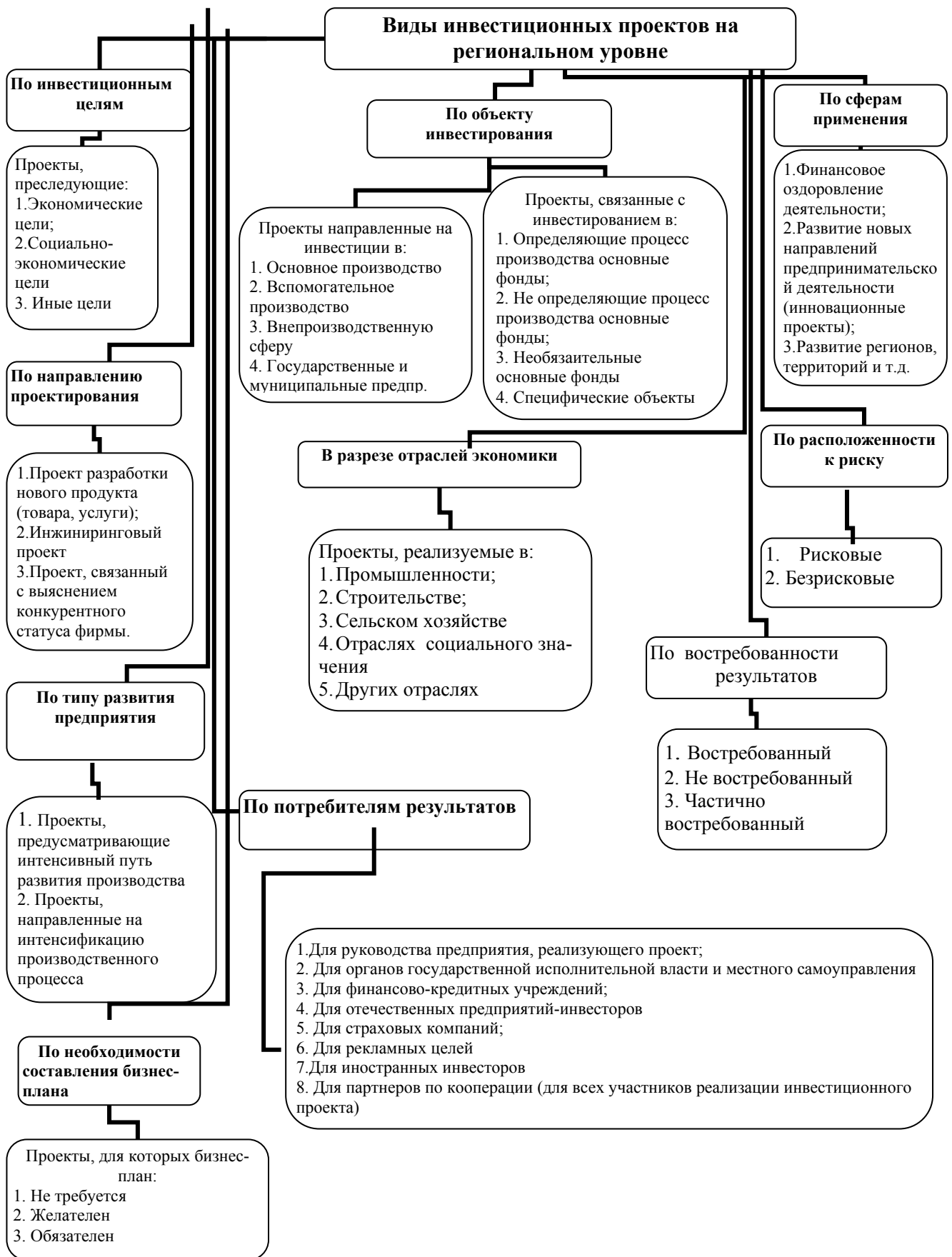


Рис. 1.1. Виды инвестиционных проектов на региональном уровне

Статистический подход к анализу равномерности расселения социальных групп

Резкое усиление дифференциации населения России по доходам, связанное с изменениями на рынке труда, созданием рыночной инфраструктуры, постепенно увеличивает территориальную и структурную поляризацию городских областей. Сильнее всего дифференциация и концентрация населения по доходам проявляется в крупных российских городах.

Территориальную стратификацию, или сегрегацию, можно определить как степень пространственной близости между домохозяйствами одной и той же социально-экономической или этнической группы. Признание существования социальной сегрегации ставит задачу ее статистического изучения и измерения.

Для всестороннего анализа этого явления предложены следующие меры:

- обособленности, позволяющие оценить количество потенциальных контактов между представителями одной и различных групп;
- концентрации, измеряющие относительное количество физического пространства занятого изучаемой группой на территории;
- централизации, определяющие степень удаленности места проживания членов рассматриваемой группы от центра;
- кластеризации.

К показателям обособленности относят индексы взаимодействия, изоляции и корреляционное отношение.

Индекс взаимодействия³³ измеряет средние шансы представителя одной из групп на контакты с представителем другой группы внутри своего района:

$$Int = \sum_{i=1}^N \frac{x_i}{X} \cdot \frac{y_i}{t_i},$$

где X – общая численность исследуемой группы A ; x_i – численность группы в районе i ($X = \sum_{i=1}^N x_i$); y_i – численность в i членов группы B (общей численностью Y человек).

Индекс изоляции показывает среднюю вероятность контакта между членами одной группы:

$$Isol = \sum_{i=1}^N \frac{x_i}{X} \cdot \frac{x_i}{t_i}.$$

С помощью корреляционного отношения³⁴ оценивается возможность взаимодействия некоторой группы с остальной частью населения:

³³ Lieberman S. An Asymmetrical Approach to Segregation. Под ред. Peach C., Robinson V., Smith S. Helm C.// Ethnic Segregation in Cities, 1981, стр. 61-82;

$$CorRatio = \frac{Isol - P}{1 - P}.$$

Данная мера изменяется в пределах от 0 до 1 при переходе от абсолютного взаимодействия к полной изолированности группы.

Для многих современных городов характерна концентрация меньшинств на конкретных территориях. Средний класс проживает в пригородах, в районах одноэтажной застройки с низкой плотностью населения, беднота концентрируется в центрах городов, где более характерной является многоэтажная застройка.

Меры концентрации основаны на относительном количестве занимаемого группой физического пространства. К ним относят индексы Дельта, абсолютной и относительной концентрации.

Аналогом меры диссимилиации среди мер концентрации является индекс *Delta*³⁵, который учитывает вариацию плотности группы меньшинства по территории:

$$Delta = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^N \left| \frac{x_i}{X} - \frac{a_i}{A} \right|,$$

где a_i – площадь i -го района; A – общая площадь территории ($A = \sum_{i=1}^N a_i$).

Delta можно рассматривать как долю членов группы, которым пришлось бы переехать для того, чтобы плотность группы стала везде одинаковой. Чем меньшую площадь имеют районы, в которых проживает группа, тем этот показатель покажет более высокое значение концентрации.

Основой индексов абсолютной и относительной концентрации является среднее взвешенное площадей районов, в которых проживает группа. Для расчета меры абсолютной концентрации она сопоставляется со средней площадью наибольших и наименьших по размеру районов, которые могли бы вместить данную группу при существующих в них плотностях расселения:

$$AConc = 1 - \frac{\sum_{i=1}^N \frac{x_i a_i}{X} - \sum_{i=1}^{N_1} \frac{t_i a_i}{T_1}}{\sum_{i=N_2}^N \frac{t_i a_i}{T_2} - \sum_{i=1}^{N_1} \frac{t_i a_i}{T_1}},$$

где N_1 – наименьший номер района, для которого совокупная численность населения начиная с первого (наименьшего по площади) до N_1 будет равна (или несколько превысит) численность группы; T_1 – суммарная численность населения районов $1, \dots, N_1$; N_2 – наибольший номер района для которого совокупная численность населения начиная с N (наибольшего по площади), и

³⁴ White M.J. Segregation and Diversity Measures in Population Distribution.// Population Index, 1986, 52(2), стр. 198-221;

³⁵ Duncan O.D., Cuzzort R.P., Duncan B. Statistical Geography: Problems in Analyzing Area Data. Free Press, 1961;

далее по убыванию до N_2 будет равна или несколько превысит численность группы; T_2 - суммарная численность населения районов N_2, \dots, N .

Предпочтение представителей группы селиться с наименьшей концентрацией будет приводить к значениям индекса близким нулю. Величина $AConc$ близкая к единице будет показателем высокой концентрации. Точное равенство индекса нулю и единице получится только в том случае, когда группа проживает обособленно, соответственно занимая при этом максимально и минимально возможное количество физического пространства.

Отрицательной чертой данного коэффициента является его зависимость от доли группы в городе, поэтому его величина при равномерной плотности группы в районах города не может быть указана однозначно.

Индекс относительной концентрации дает сравнительную оценку степени концентрации двух групп:

$$RConc = \left(\frac{\sum_{i=1}^N x_i a_i}{X} - 1 \right) / \left(\frac{\sum_{i=1}^{N_1} t_i a_i}{T_1} - 1 \right) \cdot \left(\frac{\sum_{i=1}^N y_i a_i}{Y} - 1 \right) / \left(\frac{\sum_{i=N_2}^N t_i a_i}{T_2} - 1 \right).$$

Здесь Y - общая численность группы большинства ($Y = \sum_{i=1}^N y_i$).

$RConc$ равен нулю, когда степень концентрации меньшинства является такой же, как и большинства населения. Положительные значения возможно получить только в том случае, когда меньшинство проживает менее сконцентрировано, чем большинство, отрицательные - укажут на более высокую концентрацию исследуемой группы по сравнению с большинством.

Меры централизации характеризуют степень пространственной локализации группы вблизи центра. К ним относят индексы абсолютной и относительной централизации, а также долю группы, проживающей в центре.

Индекс абсолютной централизации характеризует распределение изучаемой группы по отношению к центральному району. Равномерность расселения рассчитывается относительно площади районов:

$$ACent = \sum_{i=2}^L X_{i-1} A_i - \sum_{i=2}^L X_i A_{i-1}.$$

Индекс относительной централизации³⁶ сравнивает особенности группировки двух групп или тип расселения некоторой группы по отношению к остальной части населения:

$$RCent = \sum_{i=2}^L X_{i-1} Y_i - \sum_{i=2}^L X_i Y_{i-1}.$$

В качестве меры централизации также рассматривают долю группы, проживающей в центре:

$$PCentralCity = \frac{X_{cc}}{X},$$

³⁶ Duncan O.D., Duncan B. A Methodological Analysis of Segregation Indices.// American Sociological Review, 1955, 20 стр. 210-217;

где X_{cc} – число членов группы, проживающих в пределах центрального делового района. Показатель изменяется от 0 до 1, причем высокие значения указывают на стремление селиться в центре.

Меры кластеризации изучают пространственную локализацию групп населения в городе, мегаполисе или регионе. Они позволяют измерять кластеризацию районов, в которых проживают представители исследуемой группы с учетом доли группы в районе³⁷. Наивысшее значение индекса может свидетельствовать об образовании анклага по социальному или этническому признакам.

Все пространственные меры основаны на понятии смежности территориальных единиц. В простейшем случае под окрестностью района понимаются территориальные единицы, непосредственно граничащие с ним. В общем случае окрестность определяется с помощью функции близости c_{ij} , показывающей вес характеристик j -го района для i -го района. Определить c_{ij} можно как:

- фиктивную переменную, равную 1, если районы i и j являются соседними, 0 – в противном случае;

- $c_{ij} = e^{-d_{ij}}$, где d_{ij} – расстояние между центрами i -го и j -го районов и $d_{ii} = \sqrt{0.6a_i}$ a_i – площадь i -го района;

- $c_{ij} = \frac{1}{t_r}$, если j принадлежит окрестности i радиуса r и $c_{ij} = 0$ в противном случае, t_r - число жителей (домохозяйств) окрестности i .

Выбор вида функции близости оказывает непосредственное влияние на значение применяемого индекса и во многом зависит от задач исследования. При выборе другого представления функции можно столкнуться с необходимостью определения центров районов и расстояний между районами или проблемой принадлежности к окрестности конкретного домохозяйства. Оба случая достаточно сложны для вычисления. Использование радиусов окрестностей дает возможность измерять степень дифференциации на различных пространственных уровнях, уменьшая зависимость от границ, а учет влияния всех соседей с различным весом наиболее полно отражает картину взаимодействий.

К коэффициентам, измеряющим степень кластеризации группы, относят индексы абсолютной и относительной кластеризации, пространственной близости.

Индекс абсолютной кластеризации $AClust$:

$$AClust = \frac{\sum_{i=1}^N \frac{x_i}{X} \sum_{j=1}^N c_{ij} x_j - \frac{X}{N^2} \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N c_{ij}}{\sum_{i=1}^N \frac{x_i}{X} \sum_{j=1}^N c_{ij} t_j - \frac{X}{N^2} \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N c_{ij}},$$

37 Massey D.S., Denton N.A. The Dimensions of Residential Segregation // Social Forces, 1988, 67, с. 281-305

где N - общее число районов; x_i, X - численность группы меньшинства в районе i и в городе соответственно; t_i - общая численность населения i -го района.

Мера абсолютной кластеризации чувствительна к изменению численности группы. Даже при сохранении типа расселения наблюдаются колебания индекса при увеличении или уменьшении размера группы.

Индекс пространственной близости рассчитывается как среднее расстояние между домохозяйствами двух групп, взвешенное соответственно долям, которые занимает каждая группа в общей численности населения³⁸:

$$SP = \frac{XP_{xx} + YP_{yy}}{TP_{tt}},$$

где $P_{xx} = \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N \frac{x_i x_j c_{ij}}{X^2}$, $P_{yy} = \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N \frac{y_i y_j c_{ij}}{Y^2}$, $P_{tt} = \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N \frac{t_i t_j c_{ij}}{T^2}$, T - общая численность населения; y_i, Y - численность большинства в районе i и в городе соответственно, XP_{xx} - средневзвешенное число членов группы в окрестности, P_{xx} - среднеарифметическая взвешенная доли группы в окрестности.

Достигнуть значения индекса пространственной близости меньше 1 возможно только в том случае, когда члены каждой группы живут ближе к представителям другой группы, нежели собственной, $SP=1$ при отсутствии различий в структурах расселения двух групп.

Относительная кластеризация $RClust$ сравнивает среднюю взвешенную долю группы в окрестности с подобной характеристикой группы большинства:

$$RClust = \frac{P_{xx}}{P_{yy}} - 1.$$

О степени кластеризации можно судить по тому, как часто и с кем склонны взаимодействовать представители исследуемой группы. Если расстояние между домохозяйствами группы меньшинства достаточно велико, шансы контактировать с членами других групп должны оказаться высокими. При увеличении расстояния между представителями каких-либо двух групп, вероятность их взаимодействий будет быстро убывать.

Индекс пространственного взаимодействия есть вероятность того, что представитель изучаемой группы, проживающий в i -м районе, столкнется с представителем другой группы, проживающим в j -м районе³⁹. Шансы контакта взвешиваются соответственно функции расстояния между районами i и j :

$$DInt = \sum_{i=1}^N \frac{x_i}{X} \frac{\sum_{j=1}^N c_{ij} y_j}{\sum_{j=1}^N c_{ij} t_j} = \sum_{i=1}^N \frac{x_i}{X} \sum_{j=1}^N \frac{K_{ij} y_j}{t_j}, \text{ где } K_{ij} = \frac{c_{ij} t_j}{\sum_{j=1}^N c_{ij} t_j}.$$

³⁸White M.J. Segregation and Diversity Measures in Population Distribution // Population Index, 1986, 52(2), с. 198-221

³⁹Morgan B.S. An Alternate Approach to the Development of a Distance-Based Measures of Racial Segregation // American Journal of Sociology, 1983, 88, с. 1237-1249

Вероятность взаимодействия с членами собственной группы представляет индекс пространственной изоляции:

$$Disol = \sum_{i=1}^N \frac{x_i}{X} \sum_{j=1}^N \frac{K_{ij} x_j}{t_j}.$$

Стратификационное деление общества, как правило, выделяет более двух различных групп и территориальная дифференциация населения города определяется как наличие социальной дистанции между всеми представленными в городе группами. Мультигрупповые индексы оценивают пространственную стратификацию населения с учетом долей всех групп, которые принимает изучаемый признак.

Построение мультигрупповых индексов на основе диспропорциональностей долей групп в районах является аналогичным построению мер равномерности для дихотомического признака. Уровень стратификации в городе определяют с помощью средней диспропорциональности, то есть среднего взвешенного отклонений $\frac{P_{im}}{P_m}$ от 1. Отклонения рассматривают как функцию

$$f\left(\frac{P_{im}}{P_m}\right), f(1)=0.$$

Индекс мультигрупповой диссимилиации⁴⁰ представляет собой отношение среднего взвешенного диспропорциональностей в районах города к максимально возможной диспропорциональности:

$$Dis_M = \frac{1}{2TI} \sum_{m=1}^M \sum_{i=1}^N t_i |p_{im} - P_m|,$$

где M – количество выделяемых групп по исследуемому признаку; m, n – индексы групп; N – число районов города; i, j – индексы районов от 1 до N ; T – численность населения города; t_i – общая численность населения i -го района.

Если X_m – численность группы m в городе, x_{im} – численность этой группы в i районе, то доли группы m в городе и районе i будут $P_m = \frac{X_m}{T}$ и

$$p_{im} = \frac{x_{im}}{t_i}.$$

Мера разнородности состава населения города показывает максимальную диспропорциональность долей групп:

$$I = \sum_{m=1}^M P_m (1 - P_m).$$

I может принимать нулевое значение тогда, когда наблюдается отсутствие разнородности, и достигает максимально возможного значения, если все M групп имеют одинаковую долю в городе.

Среднее взвешенное диспропорциональностей имеет вид:

⁴⁰ Morgan, Barrie S. 1975. "The segregation of socioeconomic groups in urban areas: A comparative analysis." *Urban Studies* 12:47-60;

Sakoda, J. 1981. "A generalized index of dissimilarity." *Demography* 18:245-250.

$$\sum_{m=1}^M \sum_{i=1}^N \frac{t_i}{T} P_m f\left(\frac{p_{im}}{P_m}\right), \text{ где } f\left(\frac{p_{im}}{P_m}\right) = \frac{\left|\frac{p_{im}}{P_m} - 1\right|}{2}.$$

Мультигрупповую диссимилиацию можно интерпретировать как отношение доли всех индивидуумов (домохозяйств), которые должны были бы переехать в другой район для достижения пропорционального расселения, к доле жителей, которой пришлось бы переехать, если изначально в городе существовала поляризация групп.

Мультигрупповой индекс Джини⁴¹:

$$Gini_M = \frac{1}{2T^2 I} \sum_{m=1}^M \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N t_i t_j |p_{im} - p_{jm}|$$

имеет аналогичную структуру, если $f = \frac{\left|\frac{p_{im}}{P_m} - \frac{p_{jm}}{P_m}\right|}{2}$.

Максимально возможное значение может быть достигнуто только в случае поляризации групп и подобно индексу Dis_M равно I . Территориальный коэффициент $Gini$ для дихотомического признака соответствует мультигрупповому $Gini_M$ при $M=2$.

Если каждый житель города принадлежит только к одной из M выделенных групп, разнородность d может быть определена как функция долей всех представленных в городе групп $d=d(P_1, P_2, \dots, P_M)$. Если бы все население представляло единственную группу, то разнообразие должно быть минимальным и $d_{min}=0$. Разнородность населения достигает своего максимума, когда все группы одинаково представлены в общей численности населения $d_{max}=d(1/M, 1/M, \dots, 1/M)$.

Мультигрупповой индекс информации⁴²:

$$Inf_M = 1 - \frac{1}{E} \sum_{i=1}^N \frac{t_i E_i}{T} = \frac{1}{ET} \sum_{i=1}^N t_i (E - E_i),$$

где $E = \sum_{m=1}^M P_m \ln\left(\frac{1}{P_m}\right)$ - индекс энтропии по городу в целом, $E_i = \sum_{m=1}^M p_{im} \ln\left(\frac{1}{p_{im}}\right)$ -

энтропия i -го района. $E=0$ при $M=1$, а максимально возможное значение энтропии достигается, когда все группы представлены в равных долях.

Мультигрупповой индекс информации может быть интерпретирован как доля общей разнородности состава населения, объясняемая межрайонными различиями в долях каждой группы.

На основе вариационного отношения можно построить три мультигрупповых индекса: нормализованный индекс взаимодействия; индекс относительного разнообразия; квадратичный коэффициент вариации.

Мультигрупповой нормализованный индекс взаимодействия⁴³:

⁴¹ Reardon, Sean F. and Glenn Firebaugh. 2002. "Measures of Multi-Group Segregation." Sociological Methodology. вып 32, стр.33-67.

⁴² Theil, Henri. 1972. Statistical Decomposition Analysis. North-Holland.

Theil, Henri and Anthony J. Finezza. 1971. "A note on the measurement of racial integration of schools by means of informational concepts." Journal of Mathematical Sociology 1:187-194.

$$Int_M = \sum_{m=1}^M P_m V_m = \frac{1}{T} \sum_{m=1}^M \sum_{i=1}^N \frac{t_i (p_{im} - P_m)^2}{1 - P_m}$$

является средневзвешенным дихотомических индексов вариационного отношения V_m , рассчитанных для каждой группы m , $V_m = \sum_{i=1}^N \frac{t_i (p_{im} - P_m)^2}{TP_m(1 - P_m)}$. Вес каждой группы P_m пропорционален ее относительной численности в городе.

Определяя весовую функцию: $\frac{P_m(1 - P_m)}{I}$, придаем наибольший вес, если доля группы составляет 50%, и наименьший - группам, доли которых слишком малы или велики. Такая весовая функция порождает индекс относительного разнообразия Div_M ⁴⁴:

$$Div_M = \frac{1}{TI} \sum_{m=1}^M \sum_{i=1}^N t_i (p_{im} - P_m)^2.$$

Мультигрупповой квадратичный коэффициент вариации⁴⁵:

$$Var_M = \frac{1}{T(M-1)} \sum_{m=1}^M \sum_{i=1}^N \frac{t_i (p_{im} - P_m)^2}{P_m}$$

получается при использовании в качестве весовой функции выражения $\frac{1 - P_m}{M - 1}$. Вес группы m пропорционален относительному размеру ее «справочной» группы, дополняющей m до общей численности населения.

Рассмотренные мультигрупповые индексы не учитывают фактор взаимного расположения районов. Однако, в некоторых случаях, определение пространственной локализации районов, занимаемых различными группами, может оказаться полезным. Образование крупных анклавов по изучаемому признаку и мелкие поселения различных групп представляют разные степени пространственной стратификации. Какой тип расселения наиболее характерен для данного города, способны определить меры, учитывающие расположение районов друг относительно друга.

Мультигрупповой индекс пространственной близости⁴⁶ измеряет пространственную стратификацию групп с учетом влияния окрестности:

$$SP_M = \left(\sum_{m=1}^M \frac{1}{X_m} \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N x_{im} x_{jm} c_{ij} \right) / \left(\sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N \frac{t_i t_j c_{ij}}{T} \right).$$

Эта мера может применяться для измерения пространственной близости среди различных подгрупп одной или нескольких выделенных групп

⁴³ James, Franklin J. 1986. "A new generalized "exposure-based" segregation index." *Sociological Methods and Research* 14:301-316.

⁴⁴ Goodman, Leo and William H. Kruskal. 1954. "Measures of association for cross-classifications." *Journal of the American Statistical Association* 49: 731-764;

Carlson, Susan M. 1992. "Trends in race/sex occupational inequality: Conceptual and measurement issues." *Social Problems* 39:269-290.

⁴⁵ Reardon, Sean F. and Glenn Firebaugh. 2002. "Measures of Multi-Group Segregation." *Sociological Methodology*.

⁴⁶ Grannis, Rick 2002 "Segregation Indices and their Functional Inputs"

(например, среди русских локализация по величине дохода, уровню образования и т.п.).

Проблеме стратификации по непрерывному признаку посвящено не так много исследований, как стратификации групп. Основной причиной является то, что стратификация по непрерывному признаку оценивается с помощью предварительной группировки. Недостатков такого подхода является то, что мера стратификации будет зависимой от перемещения домохозяйств и их перегруппировки. Например, при увеличении дохода отдельного домохозяйства может измениться его социальный статус при отсутствии смены жительства и наоборот.

Использование негрупповых мер направлено на измерение территориальной дифференциации по непрерывному признаку, в качестве которого может выступать, например, уровень дохода, обеспеченности жильем и т.д. Меры, предназначенные для оценки стратификации по непрерывным признакам, устраняют проблему выделения групп, свойственную всем групповым индексам.

Меры социально-пространственной стратификации по непрерывному признаку можно разбить на две категории: не учитывающие пространственного взаиморасположения районов (*NSI* и территориальный коэффициент Джини для непрерывного признака) и учитывающее пространственное расположение районов друг относительно друга (*GNSI*).

NSI (*Neighborhood Sorting Index*) - показатель разнородности средних значений признака в районах, нормализованный общей величиной разброса значений признака в городе⁴⁷:

$$NSI = \frac{\sigma_N}{\sigma_T} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N t_i (m_i - M)^2 / T}{\sum_{j=1}^T (y_j - M)^2 / T}} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N t_i (m_i - M)^2}{\sum_{j=1}^T (y_j - M)^2}},$$

где m_i , M – среднее значение дохода в i -м районе и в городе; t_i , T – численность домохозяйств i -го района ($i=1, \dots, N$) и общая численность домохозяйств; y_j – индивидуальное значение дохода j -го домохозяйства ($j=1, \dots, T$).

При абсолютном неравенстве частей города по доходу $NSI=1$ и отражает полную экономическую однородность в пределах района. Если же все районы имеют одинаковые средние значения доходов, то $NSI=0$. Квадрат *NSI* эквивалентен коэффициенту детерминации, рассмотренному для непрерывного признака.

В качестве альтернативной меры стратификации для непрерывного признака может быть использован модифицированный вариант коэффициента Джини⁴⁸ в форме, предложенной Anand⁴⁹, в виде разностей средних доходов по районам:

⁴⁷ Jargowsky P.A. Poverty and place: ghettos, barrios, and the American city. Russell Sage Foundation, New York, 1997

⁴⁸ Jargowsky P.A., Kim J. The Gini coefficient and segregation on a continuous variable // National Poverty Center Working Paper Series, March 2005, #05-2;

⁴⁹ Anand, S. Inequality and Poverty in Malaysia: Measurement and Decomposition. Oxford:

$$TGini = \frac{G_n}{G_i} = \frac{\frac{1}{2T^2M} \sum_{i=1}^T \sum_{j=1}^T |m_i - m_j|}{\frac{1}{2T^2M} \sum_{i=1}^T \sum_{j=1}^T |y_i - y_j|} = \frac{\sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N t_i t_j |m_i - m_j|}{\sum_{i=1}^T \sum_{j=1}^T |y_i - y_j|}.$$

Пространственной мерой, предназначенной для оценки степени неравномерности по непрерывному признаку, является *GNSI* (*Generalized Neighborhood Sorting Index*) для окрестности радиуса r ⁵⁰:

$$GNSI_r = \frac{\sigma_N}{\sigma_T} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N t_i (m_{ir} - M)^2}{\sum_{j=1}^T (y_j - M)^2}},$$

где $m_{ir} = \frac{\sum_{j=1}^N c_{ij} m_j}{\sum_{j=1}^N c_{ij}}$ – среднее значение непрерывного признака (дохода) в r -окрестности i -го района; m_j – средний доход в j -м районе; M – средний доход домохозяйств; t_i , T – численность домохозяйств i -го района ($i=1, \dots, N$) и общая численность домохозяйств; y_j – индивидуальный доход j -го домохозяйства ($j=1, \dots, T$).

Вес характеристик j -го района для i -го определяет функция близости c_{ij} .

В качестве r можно рассматривать все районы, центры которых попадают в круг радиуса r от центра i -го района, и районы, центры которых находятся не дальше, чем через $r-l$ район от i -го.

В случае абсолютной неравномерности, например, образование бедных и богатых кварталов в городе, распределение по доходу в каждой окрестности будет иметь минимальный разброс и значимо отличаться от общего среднего значения. В данном случае *GNSI* стремится к 1. И, наоборот, при существовании равномерного распределения доходов домохозяйства каждой окрестности имели бы близкие по величине значения среднего дохода и *GNSI*=0.

Расчет этих показателей позволяет всесторонне оценить реальные процессы, наблюдаемые на территории городов.

Oxford University Press, 1983.

⁵⁰ Jargowsky P.A., Kim J. A Measure of Spatial Segregation: The Generalized Neighborhood Sorting Index // National Poverty Center Working Paper Series, March 2005, 05-3;

Мотивация управления персоналом в филиалах ОАО «Сбербанк РФ»

Для специалистов службы управления персоналом банка внутриорганизационный аспект карьеры работника представляет наибольший интерес, так как он позволяет максимально учесть интересы конкретного работника в реализации целей и задач предприятия. Необходимость и целесообразность управления карьерой очевидна, так как оно способствует слиянию и реализации на взаимовыгодной основе потребностей человека и интересов организации, поэтому задача формирования кадрового резерва актуальна всегда и каждый день предстает новыми гранями.

Руководство ОАО «Сбербанк РФ» считает, что правильная мотивация сотрудников является важнейшим фактором достижения общих корпоративных целей. Поэтому Сбербанк уделяет большое внимание развитию систем поощрения — как материального, так и нематериального — и созданию стимулов к эффективной работе. Основным принципом Сбербанка в части оплаты труда — платить за достижение результата, а не процесс деятельности⁵¹.

Работа руководителей от начальника отдела до топ-менеджмента оценивается по системе «Приоритетных проектов», включающей процесс постановки, мониторинга и оценки выполнения поставленных перед руководителем задач. Одним из важнейших принципов этой системы является ее каскадность, то есть цели, согласованные со Стратегией Сбербанка, устанавливаются сначала топ-менеджерам Банка, а затем каскадируются на более низкие уровни, разветвляясь на под-проекты. В будущем Банк планирует разработать профессиональные тесты для оценки руководителей при назначениях и ротациях, а также осуществить оценку команд структурных подразделений и предоставить рекомендации по оптимизации их деятельности.

Для рядовых сотрудников действует система оценки личной эффективности «5+», в рамках которой оценка деятельности производится по пяти критериям: личная результативность, совершенствование профессиональных знаний, инновации и оптимизация рабочего процесса, работа в команде и клиентоориентированность. Оценка используется при перераспределении премиального фонда подразделения, величина которого зависит от выполнения им групповых показателей.

С целью распространения этих практик в территориальных банках в настоящее время идет активное формирование региональных оценочных центров: разрабатываются дистанционные методики, проводится обучение и

⁵¹ Мотивация к успеху. http://report2010-sberbank.ru/reports/sberbank/annual/2010/gb/Russian/302520/-_.html

аттестация специалистов. Также в Банке разработаны системы мотивации для отдельных категорий персонала, в частности, для операционно-кассовых работников. Система, запущенная в 2010 году, четко увязывает размер дополнительного вознаграждения с объемами продаж конкретных продуктов. Проект под названием «Создание системы оценки персонала и управления карьерой» выделен в качестве стратегической программы и находится под регулярным контролем руководства Банка.

В ряду специфических технологий управления карьерным процессом центральное место занимает формирование кадрового резерва и работа с ним. Кадровый резерв необходим для того, чтобы, во-первых, обеспечить преемственность управленческих кадров, сохранив самое ценное, что есть в организации, - ее корпоративную культуру; во-вторых - предотвратить возможные кризисные ситуации в организации в случае ухода ключевых менеджеров и, в-третьих, для стимулирования профессионального роста сотрудников компании. Так же наличие грамотно организованного кадрового резерва в компании: уменьшает текучесть кадров, позволяет повысить отдачу от сотрудников, предоставляет возможность сохранения знаний и опыта в компании. В любой компании существует естественная смена персонала, и более эффективно продвигать своих людей, чем нанимать сотрудников со стороны, т.к. на обучение и вхождение в бизнес нового человека необходимо значительно больше времени. Менеджеры по персоналу могут сохранить ценных сотрудников для компании, продлить время их работы на компанию за счет развития и ротации, а так же закрывать новые вакансии, а не только обеспечивать естественную смену персонала. Кадровый резерв необходим на все позиции в банке, в том числе исполнительские. Не всегда мы можем взять готового специалиста с «улицы». Работа с кадровым резервом с помощью организации стажировок позволяет передать опыт от зрелых специалистов молодым. Немаловажной причиной формирования резерва кадров является экономия денег. Сокращается время на поиск и адаптацию работников со стороны. Работающий сотрудник из группы резерва лоялен, знаком с особенностями банка.

В то же время менеджеры банка допускают следующие ошибки при работе с кадровым резервом:

1. Формирование кадрового резерва становится формальной процедурой. Бывает так, что в большой организации каждый руководитель в определенный срок должен выдвинуть кандидатуру в кадровый резерв. Порой сталкиваешься с тем, что того, кого выдвинули, не знает об этом. Встречаются и другие крайности – выдвигают тех, с кем дружат. Чтобы избежать этого, службе по работе с персоналом необходимо проводить отборочное интервью с каждым кандидатом, а также процедуры оценки, такие, как: диагностика «360 градусов», конкурсы, Assessment Center.

2. Кадровый резерв существует только на бумаге. В этом списке можно находиться годами, но когда сотрудник сможет получить новую позицию, никто не знает. Такая ситуация демотивирует и выхолащивает всю работу, связанную с кадровым резервом. Чтобы избежать этого, необходимо плани-

ровать профессиональный и карьерный рост сотрудника, связывать результаты обучения и стажировок с системой мотивации персонала в компании.

3. Несвоевременность обучения сотрудников кадрового резерва. Обучение сотрудников в кадровый резерв происходит по общим темам, которые не пригодятся в практике. Обучение проводится заблаговременно. Когда подходит срок занять новую позицию, все забылось или изменилось. Либо наоборот – сотрудник уже давно выполняет новые функции, и вдруг его решили отправить на обучение. Как говорится, «хороша ложка к обеду»⁵².

На своем рабочем месте сотрудник не должен работать больше определенного времени. Текучесть кадров в банке неизбежна и должна быть прогнозируема. Необходимо самим своевременно обновлять состав, высвобождать места более способным и мотивированным, иначе компанию ждет застой. Отсюда вытекает значимая причина формирования кадрового резерва: это диагностика, возможность проявиться новым талантам и выявить сотрудников с неадекватной самооценкой.

На наш взгляд, принципом актуальности формирования резерва служит то, что потребность в замещении должностей должна быть реальной, а принцип перспективности кандидата должен ориентироваться на профессиональный рост, требования к образованию, возрастной ценз, стаж работы в должности и динамичность карьеры в целом, состояние здоровья. Наличие кадрового резерва должно максимально удовлетворять потребности организации в замещении должностных позиций менеджеров различного уровня.

Одним из перспективных элементов мотивации персонала Сбербанка выступают социальные выплаты. Социальные выплаты необходимо сохранить, развивать и поддерживать в оптимальном соотношении с денежными выплатами по труду и по способностям к труду. Особенно важны те виды выплат и льгот, которые крайне необходимы для поддержания способностей к труду работников и их всестороннего развития. Речь идет об образовательных услугах, поддержании здоровья, нормальных жилищных условий. В силу различных условий потребности в этих услугах у различных групп работников развиваются в неодинаковой степени (они имеют различные по составу семьи, у многих недостаточно развиты потребности в образовании, небрежное отношение к своему здоровью и т.д.), и расходы из семейных бюджетов на эти услуги могут ограничиваться. Несет потери не только сам работник, но и ОАО «Сбербанк».

В последнее время возрастает роль социально-психологического воздействия на работников. Это обусловлено тремя моментами:

а) повышением образовательного и культурного уровня работников, что вызывает с их стороны ожидание в применении методов управления их деятельностью, основанных на учете их интересов, интересов коллективов, в

⁵² С. Бадаева. Формирование кадрового резерва банка.
http://www.ibdarb.ru/staff_service/articles_element.php.

которых они работают, методов, которые не подавляют их как личность, вызывают рост их творческой активности;

б) развитием демократических начал в управлении;

в) значительная часть коллективов банков является не только наемными работниками, но и акционерами банка, что вызывает необходимость некоторого насыщения организационных (административно-правовых) и экономических методов – методами социально-психологического воздействия. Речь идет не об усилении одного метода за счет ослабления другого, а о подкреплении одного метода другим. Это означает, например, что экономические методы, связанные с разработкой систем материального стимулирования труда работников, должны максимально учитывать социально - психологические факторы, которые сложились в коллективе⁵³.

Использование социально-психологических методов предполагает:

1. Оценку социально-психологического микроклимата в коллективе и роль в его формировании отдельных работников. Она осуществляется с использованием психологических тестов, наблюдений, анкетирования и т.д.

2. Разработку мероприятий по развитию социально-психологических отношений в коллективе до требуемого уровня с помощью учебы, психологических тренингов.

3. Учебу руководителей по овладению социально-психологическими методами управления коллективом, подготовку коллектива к приему социально-психологических методов воздействия со стороны руководителей.

В качестве предложений по усовершенствованию стимулирования работников Сбербанка можно предложить следующие социальные выплаты и льготы, которые должны быть включены в коллективный договор и являются предметом обсуждения при заключении контрактов с сотрудниками.

Женщинам, имеющим детей до 3 лет, предоставляется оплачиваемый отпуск по уходу за ребенком в размере 80% основного оклада; при рождении ребенка оказывается материальная помощь семье в размере месячного оклада.

В целях обеспечения к моменту выхода на пенсию по старости второй пенсии, сотрудникам банка, достигшим 50 лет (для мужчин) и 45 лет (для женщин), банк осуществляет ежемесячные взносы в Негосударственный пенсионный фонд.

Для возмещения ритуальных расходов семье в случае смерти работника банка или бывшего работника банка, ушедшего на пенсию из банка, выделяется материальная помощь в размере двух окладов; для похорон близких родственников (детей, родных братьев и сестер) работнику предоставляется трехдневный отпуск с сохранением среднего заработка.

Работникам, впервые вступающим в брак, оказывается материальная помощь в размере месячного оклада и трехдневный отпуск с сохранением заработной платы.

⁵³ В.Н. Степанов. Методы управления персоналом коммерческого банка и их совершенствование <http://www.jourclub.ru/13/350/>

Сотрудникам банка, имеющим 3 и более детей или воспитывающим детей-инвалидов, ежегодно выплачивается по два месячных оклада.

Молодой семье (при возрасте супругов до 30 лет), если один из ее членов проработал в банке не менее 2 лет, предоставляется беспроцентная ссуда сроком на 10 лет в пределах социальной нормы жилищной обеспеченности (до 25 кв.м на человека общей жилой площади).

В дальнейшем необходимо использовать социально-психологические методы в управлении персоналом:

1. Оценка социально-психологического микроклимата в коллективе и роль в его формировании отдельных работников. Она осуществляется с использованием психологических тестов, наблюдений, анкетирования и т.д.

2. Разработка мероприятий по развитию социально-психологических отношений в коллективе до требуемого уровня с помощью учебы, психологических тренингов.

3. Учеба руководителей по овладению социально-психологическими методами управления коллективом, подготовку коллектива к приему социально-психологических методов воздействия со стороны руководителей.

Из-за длительной и монотонной работы на компьютере сотрудники испытывают психологический и физический дискомфорт. Следовательно, снижается эффективность их работы, поэтому, чтобы снизить психологическую и физическую нагрузку, возможно введение дополнительного 10-15 минутного перерыва (помимо обязательного, установленного законом), которым сотрудник сможет распоряжаться по своему усмотрению, а также предоставление какого-либо пространства, где они могли бы отдыхать во время обеденного перерыва (комната отдыха).

Для разрешения проблем с клиентами можно создать специальное подразделение, сотрудники которого должны обладать определенными знаниями, навыками и умениями по ведению переговоров с клиентами. Прежде всего, у них должны быть хорошо развиты коммуникативные способности.

Необходимо определить потребность того или иного сотрудника в дополнительном обучении, подобрать для каждой конкретной категории персонала наиболее рациональную форму и методы обучения, персонифицировать ответственность службы персонала и руководителей линейных подразделений банка за реализацию установленных подсистемой задач в части сроков и общего числа обучаемых.

Регулярность повышения квалификации определяется специализацией и должностным положением конкретного специалиста. Автору представляется целесообразным ориентироваться на зарубежный опыт, определяющий следующую среднюю периодичность повышения квалификации по базовым категориям персонала: руководители нижнего звена – раз в пять лет; ведущие специалисты линейных подразделений – раз в два года.

В филиалах Сбербанка реализуется система мотивации персонала; однако данная система ориентирована на принципы обхождения острых углов и не имеет под собой стимулов, основанных на реальных потребностях и нуждах сотрудников.

Антикризисная организация логистики

В условиях набирающего обороты мирового экономического кризиса многие компании прибегают к мерам, эффективность которых сомнительна или просто отрицательна, если речь идет о стратегических последствиях принятия таких решений.

В настоящий момент уже никто не отрицает влияния глобального финансового кризиса на российскую экономику. Специалисты расходятся лишь во мнении относительно степени вовлеченности нашего государства в процессы, связанные с кризисом мировой финансовой системы. Соответственно, различаются и прогнозы последствий, которые окажет на российские предприятия это глобальное явление.⁵⁴

Тем не менее, многие российские компании уже столкнулись с такими проблемами, как падение спроса на товары и услуги, снижение ликвидности активов, рост дебиторской и кредиторской задолженности, увеличение доли постоянных издержек в структуре затрат предприятия. Меры по восстановлению ситуации предпринимаются самые разные — от прекращения закупок канцелярских товаров до остановок производства и сокращения персонала. Однако при таких «трудностях» одним из наиболее лучших методов является правильная организация логистики на предприятии, она может сократить затраты на предприятия на треть.⁵⁵

При снижении темпов роста или падении объемов производства и продаж в первую очередь приходят мысли о сокращении издержек — как переменных, так и постоянных. Переменные издержки, как известно, напрямую зависят от объема производства и становятся тем меньше (в абсолютном выражении), чем меньше объем выпускаемых товаров или услуг. Однако их сокращение в относительном выражении, т.е. снижение их доли в цене конечного продукта, может быть достигнуто лишь при снижении стоимости тех товаров и услуг, которые эти издержки и образуют. В этом смысле общее замедление экономики государства может сыграть компаниям на руку, т.к. дает возможность реализовать дополнительный потенциал по снижению закупочных цен на такие виды товаров и услуг.

Конечно, для экономики в целом любые кризисные явления носят негативный характер (если не принимать во внимание фактор «обновления», который неизбежно несет в себе любой кризис). Однако для отдельных хозяйствующих субъектов все же остаются моменты, которые если и не принесут дополнительной прибыли, то, по крайней мере, позволят остаться на

⁵⁴ Тэпман Л. Н. Риски в экономике. М.: ЮНИТИ, 2010.

⁵⁵ Аникин А.В. История финансовых потрясений. Российский кризис в свете мирового опыта. Москва.: Олимп-Бизнес, 2010. - 448 с.

плаву и пережить кризисные времена. Дело в том, что сокращение спроса на определенные товары заставляет фирмы, их производящие, снижать отпускную цену, а это и есть возможность, позволяющая другим игрокам рынка сократить доли переменных затрат в себестоимости конечного продукта. Нужно только вовремя сориентироваться и начать переговоры с поставщиками о снижении цены на их продукцию.

Кроме того, следует учесть и субъективный фактор, влияющий на принятие решений в экстремальных условиях экономического кризиса. Под воздействием информации, поступающей из разных источников, руководители предприятий и подразделений могут принимать решения, основываясь не только на экономически выверенной логике, но и на своих собственных ожиданиях и прогнозах, сформированных в их сознании СМИ, слухами, жизненным опытом и т.д. Это, в свою очередь, может привести к не обоснованному, но выгодному их контрагентам снижению цен на собственную продукцию. Данное явление также можно использовать в качестве рычага для снижения доли переменных издержек.

С постоянными издержками дело обстоит несколько иначе, т.к. они не зависят от объемов производства и предприятие вынуждено их нести в любом случае, работает ли оно на максимуме, обусловленном имеющимися средствами производства, или же задействует всего один процент от запланированной мощности. Однако это не означает, что на часть данных издержек компания не может влиять с использованием тех же методов, что и для сокращения издержек переменных. Это зависит от конкретных составляющих постоянных затрат предприятия. Здесь играет роль множество факторов: это и Трудовой кодекс, который налагает довольно серьезные обязательства на работодателя в случае сокращения персонала, и дефицит квалифицированных кадров, который предприятию приходилось испытывать, и деньги, заплаченные за привлечение специалистов кадровым агентствам, и репутация компании. О последнем во времена кризиса заботятся, очевидно, в меньшей степени, т.к. определенную кадровую политику можно легко оправдать общей негативной экономической обстановкой в стране, а также найти благовидный предлог, чтобы избавиться от сотрудников, которые давно уже являлись кандидатами на увольнение.⁵⁶

Исходя из выше сказанного сфера действия логистики – это затраты предприятия. Оптимизация затрат всего предприятия «в целом» является одной из задач логистики. А единственная задача логистики – обеспечивать своевременное и точное исполнение заказов внешних и внутренних потребителей.⁵⁷

Чтобы оптимизировать логистические затраты в кризисный период необходимо придерживаться следующих аспектов работы с клиентом:

⁵⁶ Смирнов А.Н. Нормирование и рациональное использование материальных ресурсов: Учебное пособие. - М.; 2010г.

⁵⁷ Дыбская В.В. Логистика складирования для прагматиков-М. : Изд-во «Альфа-Пресс». 2010.

1. Прежде необходимо партнерство с клиентом. Оно должно включать в себя: умение вовремя понять его проблемы, войти в его положение, предложить выгодные условия. Причем это работа на перспективу, а не просто уступки,- в кризис зачастую это необходимо чтобы сохранить клиента как источник будущих доходов.

2. Иногда клиенту в связи со спецификой груза требуется дооснащение склада, однако в текущий момент просто не хватает средств. В этом случае логистический оператор может предложить собственное финансирование дооснащения склада в счет будущих взаиморасчетов с клиентом.

3. Клиенту всегда интересны конкретные предложения по оптимизации затрат. Логистический оператор может предложить целесообразные решения, в то время как клиент просто не увидит их в силу недостатка информации.

В период кризиса в логистике, целесообразно использовать кросс-докинг.

Кросс-докинг является совокупностью логистических операций внутри цепочки поставок, благодаря которым отгрузка со склада и доставка товаров максимально точно согласуются по времени. В результате продукция доставляется за минимальный срок.⁵⁸

Кросс-докинг – дает возможность существенно снизить расходы на складскую логистику в силу следующих факторов:

- значительно снижаются затраты на хранение: за счет сокращения объемов складского хранения (либо сокращение собственных складских площадей, либо сокращение объемов ответ хранения)

- сокращается время поставки от производителя до конечной точки продажи: уходит звено складского хранения, операция кросс-докинга занимает от 1 до нескольких дней, а товар на складах задерживается гораздо дольше

- уменьшается процент потерь: скорость обработки товара позволяет избежать просрочки сроков годности, порчи товара при хранении и обработке на складе.

Так же следует обратить внимание на оптимизацию внутренних процессов. Здесь необходимы следующие меры:

- 1.Провести ABC-анализ движения товаров внутри склада, чтобы выявить резервы сокращения трудозатрат.

- 2.Оптимизировать зоны хранения/обработки с учетом статистики: точнее разделить склад для хранения продуктов и ресурсов по разным параметрам и выделить реально необходимые площади под заказы.

- 3.Провести анализ комплектации заказов, чтобы выявить возможности ее сокращения.

⁵⁸ Киршина М.В. Коммерческая логистика. — М.: Изд-во ЗАО «Центр экономики и маркетинга», 2010.

4. Сократить хранение брака и неликвидов и затраты на их хранение.

5. Провести анализ документооборота. Результатом должно стать сокращение бумаг, что позволит снизить трудозатраты. Также бумажную часть логистической цепи может снизить такая косвенная мера как введение электронного документооборота на предприятии.

6. Перейти на дневной график работы (по возможности). Это сокращает расходы на персонал, поскольку работа в ночную смену оплачивается по повышенным ставкам.

7. Сократить операции, не добавляющие стоимости.

8. Установить необходимую достаточность в «квантах» отгрузки/загрузки.

9. Проанализировать складские операционные процедуры на предмет возможного сокращения трудозатрат. Результатом может стать сокращение цепочки в связи с удалением дублирующих элементов.

10. Увеличить эффективность работы персонала путем введения грамотной системы мотивации и сдельной оплаты труда.

При построении или модификации логистической цепочки необходимо учитывать четыре принципа:

А) гибкость проектирования - создание многообразия конструкций различного направления и разных потребительских свойств на базе перспективной модели;

Б) гибкость технологии - использование агрегатного оборудования и переналаживаемой технологической оснастки для быстрого освоения новых технологических процессов;

В) гибкость психологии - быстрая перестройка мышления всех участников производства при переходе на выпуск новой продукции;

Г) гибкость производственной логистики - создание «стройных» производств, т. е. производств без излишеств.

Нужно акцентировать внимание на том, что новые логистические технологии практически не возможно внедрить без использования современных ИТ - систем, так как «вручную» управлять бизнес процессами в режиме реального времени весьма затруднительно. Первое что нужно сделать, это внедрить современные компьютерные технологии, которые обеспечат более быструю и прозрачную работу логистической цепочки.

Логистический подход должен иметь экономическое обоснование по всей технологической цепочке бизнес процессов, рассматривая нормируемые затраты на каждый процесс и на все процессы вместе. Основой для оптимизации затрат должна быть грамотная система нормативов по каждой операции, по каждому процессу с конкретными нормами времени по ним.

Список использованной литературы:

1. Аникин А.В. История финансовых потрясений. Российский кризис в свете мирового опыта. Москва.: Олимп-Бизнес, 2010. - 448 с.
2. Деминг Э. Выход из кризиса: Новая парадигма управления, системами и процессами. Москва.: Альпина Бизнес Букс, 2010. - 419 с.
3. Дыбская В.В. Логистика складирования для прагматиков-М. : Изд-во «Альфа-Пресс». 2010.
4. Киршина М.В. Коммерческая логистика. — М.: Изд-во ЗАО «Центр экономики и маркетинга», 2010.
5. Крикавский Е.М. Логистика предприятия - Москва. «Альфа-Пресс», 2011.
6. Смирнов А.Н. Нормирование и рациональное использование материальных ресурсов: Учебное пособие. - М.; 2010г.
7. Сергеев В.М. Логистика в бизнесе. — М.: Инфра. -М, 2010 г.
8. Тэпман Л. Н. Риски в экономике. М.: ЮНИТИ, 2010.
9. Ярных В.И. Управление в условиях кризиса: HR-технологии. Москва.: Вершина, 2010. - 192 с.

Кредитная система: проблемы ее инновационного переустройства

По мнению экспертов, основным результатом мирового финансово-кредитного кризиса 2007-2009 гг. стал пересмотр целей и инструментов денежно-кредитной политики ведущих центральных банков. Для России необходимым условием и признаком выхода экономических отношений на новую ступень развития является перевод кредитной системы на инновационный этап ее функционирования. Именно кредитная система, ее состояние, условия и правила ее функционирования отражают и определяют сложившиеся экономические отношения между основными хозяйствующими субъектами. Такой перевод предполагает: 1) формирование ресурсной основы активизации инновационной деятельности; 2) совершенствование инновационно направленной финансовой политики; 3) формирование инновационно действующих кредитных институтов; 4) стимулирование инновационно направленных финансовых вложений. Однако реализация выдвинутых направлений в практике хозяйствования органично связана с состоянием финансов сферы производства. По оценкам, в России лишь за пределами 2020 г. возможно выравнивание активов банковского капитала и объема ВВП. Позитивные изменения в банковской системе будут определяться достижениями в реальном секторе экономики.

Общемировая тенденция такова: кредитно-банковская система страны всегда адекватна общественной организации процесса воспроизводства. В рамках этой тенденции актуальной является проблема использования любых временно свободных денежных ресурсов для кредитования предприятий в целях их модернизации. С позиции значимости этой проблемы экономисты обращают внимание властных структур на сложившиеся в стране экономические аномалии: осуществление фазы оживления и роста экономики без массовой ее модернизации; при накоплении государственных активов сырьевой рост идет без качественного развития. Наличие этих аномалий – свидетельство неэффективности существующей кредитной системы. Данные аномалии оставались до начала мирового финансового кризиса. И сейчас, несмотря на первые признаки выхода российской экономики из кризиса, без их окончательного преодоления трудно рассчитывать на скорое и успешное во всех отношениях завершение кризисной ситуации.

Есть постоянная закономерность выхода из экономического кризиса – массовое обновление капитала, поднимающее экономику на качественно новый уровень. Ученые рассматривают это новое качество как искупительный результат лишений экономического цикла. У России есть исторически сложившееся преимущество: национальные накопления, достаточные для проведения политики инвестиционной экспансии национального масштаба. Но чтобы совершить столь необходимый модернизационный рывок и закономерно обу-

словленное массовое обновление основного капитала на завершающих стадиях экономического цикла, предстоит: отказаться от модели финансово-спекулятивного предпринимательства; сформировать модель инновационного типа с государственным участием; сделать ставку на финансирование инноваций; трансформировать кредитную систему России таким образом, чтобы она была способна обслужить модернизационный рывок и способствовать инновационной трансформации экономических отношений.

Сейчас состояние всей финансовой системы таково, что она пока не соответствует уровню решаемых задач. Прежде всего, нет стабильности в темпах роста совокупной стоимости активов в банковском секторе, есть проблемы в формировании антикризисной политики, в кредитовании инноваций. К примеру, снизились объемы финансирования НИОКР только в 2008 г. до 1,07 ВВП страны (в Израиле они возросли до 4,7 % ВВП, в Швеции – 3,9, в Финляндии – 3,5%). Не отмечается и инновационных прорывов, совершенных российскими корпорациями за время реформирования экономики. Более того, в условиях растущего инвестиционного изживания предпринимательских структур государство вынуждено было увеличивать свою долю в общем объеме финансирования затрат на исследования и разработки в стране, хотя сам размер этих затрат по сравнению с дореформенным временем уменьшился в три раза.

Конечно, столь серьезное отставание в научно-технологическом отношении от развитых стран не может быть преодолено одними лишь точечными инновационными мероприятиями и единичными научно-техническими программами, в которых реальное влияние на экономику не идет далее опытных образцов. Очевидно, требуются масштабные и нестандартные акции, которые бы позволили достаточно быстро создать производственные площадки современного технологического уровня в тех отраслях или кластерах, где нужен и возможен быстрый рост выпуска продукции и услуг, удовлетворяющих насущные потребности населения и экономики. Это может быть в реальности сделано: на базе разумного сочетания банковской и кредитной политики; установления ответственности политики импорта техники и технологий из зарубежья с собственными научно-инновационными программами по обновлению производственного аппарата и выпускаемой продукции; при принятии в качестве неременного условия: первичные природные ресурсы страны – фактор глобальной конкуренции; если выход России на арену мирового разделения труда будет совершаться в рамках существенно более эффективной модели реализации ее ресурсного преимущества.

Следует признать справедливой позицию ученых, которые считают, что природные ресурсы на внешних рынках необходимо обменивать не на доллары, евро или иены, растрачиваемые затем на текущее потребление, а на технику и технологии, направляемые на эффективное обновление производственного аппарата, на лицензии, ноу-хау, инжиниринговые услуги. Соответственно внутри страны природные богатства должны расходоваться сообразно стратегии наиболее эффективного хозяйствования.

В преодолении научно-технологического отставания важная роль отводится кредитной системе, но при этом и сама кредитная система должна быть иной, приобрести инновационный характер. Перевод кредитной системы на инновационный этап ее функционирования включает одновременное решение четырех важных проблем:

- теоретического обоснования ее пространственного функционирования и содержательного строения;
- законодательное ее оформление и закрепление;
- модернизация ее основных институтов;
- совершенствование ее взаимосвязи с банковской системой.

При решении этих проблем нельзя не учитывать, что как в теории, так и в практике часто понятие «кредитная система» отождествляется с понятием «банковская система». Для проведения активной денежно-кредитной политики их следует четко разграничивать. Известно, что банковская система трактуется как единство функционально самостоятельных, органически взаимосвязанных подсистем, обеспечивающих эмиссию денег, их обращение, наличный и безналичный оборот, сбалансированность денежного спроса и предложения, расчеты в денежной форме и предоставление кредита на основе использования адекватных инструментов и эффективного взаимодействия Центрального банка, коммерческих банков и других инфраструктурных звеньев. Что касается кредитной системы, то в законодательных актах России понятие «кредитная система» пока не определено. Пока нет федерального рамочного закона о кредитной системе. Это затрудняет перевод кредитной системы в разряд инновационно направленных. К тому же, банки являются хотя и весьма существенным, но не единственным видом кредитных организаций. Действуют кредитные организации с преобладанием кредитных функций. Другой тип кредитных организаций – специализированные финансово-кредитные организации небанковского типа, выполняющие отдельные банковские операции, либо вступающие в кредитные отношения на рынке долговых ценных бумаг. Банки стремятся выполнять операции на различных сегментах финансового рынка, оставаясь на рынке ссудных капиталов. Большинство крупных банков все активнее участвуют на рынках ценных бумаг, валютном рынке, рынке производных финансовых инструментов. Прогнозируется возрастание этой роли. Ожидается, что банковская система, обслуживающая финансовый рынок, неизбежно будет находиться под возрастающим влиянием его развития. Развитие финансового рынка требует совершенствования законодательного регулирования взаимодействия всех его субъектов. В том числе необходим надзор за формированием и развитием инвестиционных банков, сыгравших решающую роль в перераспределении средств для вложений в ценные бумаги вместо инвестиций в производство.

Заметные качественные перемены в финансовой системе связаны с формированием эмиссионного Центрального банка, выступающего в роли регулятора кредитной системы и во многом предопределяющей ее качественное состояние. Антикризисная политика ЦБ РФ определяет кредитование экономики. В зависимости от того предоставляет ли он банкам валютную ликвидность в

форме кредитов, или обменивает ресурсы на своих депозитах, номинированных в рублях, на иностранную валюту, зависит состояние кредитной системы страны. Эксперты, анализируя политику ЦБ РФ в 2008-2009 гг., обратили внимание на тенденцию, имеющую отношение к возникновению кризиса в реальном секторе экономики страны, «а именно уменьшение на 0,7 трлн.руб. депозитов, включаемых в широкую денежную массу»⁵⁹. Так, только «в феврале 2009 г. рост требований ЦБ РФ к кредитным организациям составил около 0,4 трлн. руб., а обязательства кредитных организаций перед ЦБ РФ в абсолютной величине почти не изменились, но структурно преобразовались: объем средств в рублях на депозитах в ЦБ РФ уменьшился на 0,6 трлн. руб., а объем валютных средств на счетах в ЦБ РФ увеличился на ту же величину. Фактически произошло конвертирование рублевых депозитов банков в Центробанке РФ в валюту с соответствующим сокращением рублевых активов кредитных организаций. Помимо этого увеличились средства кредитных организаций на депозитах в иностранных банках в размере, равном 0,4 трлн.руб.»⁶⁰.

По оценкам требований ЦБ РФ к кредитным организациям, за 2008-2009 гг. произошло значительное уменьшение основной составляющей национальной денежной базы – депозитов банков, номинированных в рублях, на счетах в ЦБ РФ. Это ведет к двум главным последствиям: затруднению расчетов между коммерческими банками и снижению объемов кредитования реального сектора. Сокращение денежной базы как раз и привело к таким последствиям: кредитование в рублях практически полностью остановилось уже к IV кварталу 2008 г. и не восстанавливалось, несмотря на понижение Центробанком РФ нормы резервирования. А вот кредитование в иностранной валюте за счет предоставленных ресурсов ЦБ РФ бурно росло вплоть до марта 2009 г.⁶¹

Ответная реакция российской экономики на международный финансовый кризис показала, что финансовой системе России требуется обеспечение нормального предложения инструментов расчета между хозяйствующими субъектами. Политика Центробанк РФ, по оценкам экспертов, была не адекватной реальному положению дел. Начиная с III квартала 2008 г., ЦБ РФ уменьшил размер рублевых депозитов кредитных организаций на своих счетах, а в феврале 2009 г. довел его до чрезвычайно низкой величины – уровня начала 2006 г. – и держал его в таком состоянии 5 месяцев⁶². «Этого достаточно, чтобы остановить кредитование реального сектора и тем самым остановить рост российской экономики. Кроме того, в феврале 2009 г. Центробанк РФ уменьшил величину наличных денежных средств на 1,2 трлн. руб., создав затруднения для расчетов среди среднего и малого бизнеса»⁶³.

⁵⁹ Кузнецов М. Какую ликвидность поддерживает Центральный банк? // Экономист. 2010. №2. С.87.

⁶⁰ Кузнецов М. Указ.соч С.87.

⁶¹ См.: Кузнецов М. Указ.соч. С.92. .

⁶² Кузнецов М. Указ.соч.. С.92.

⁶³ Там же.

Эксперты дают весьма жесткую оценку деятельности Центрального банка России, и отмечают, что он не смог преодолеть кредитное сжатие и восстановить кредитование банками предприятий нефинансового сектора и домашних хозяйств. ЦБ РФ, по мнению экспертов, не имеет представления о реальном положении дел в отдельных банках, прежде всего об объеме накопленных «плохих» долгов. Банки рано или поздно будут вынуждены обнародовать ныне скрытые убытки. Это затронет все кредитные организации. Стало быть, в 2009 г. российские банки не выступали проводниками денежно-кредитной политики Банка России, более того, они неэффективно выполняли свою основную функцию финансового посредника.

В кредитно-банковской системе России наметилась еще одна опасная тенденция – уменьшение в банках наиболее ликвидных депозитов клиентов. По сути, это сокращение собственно средств расчета и платежа хозяйствующих субъектов. Причин тому могло быть несколько: обналичивание средств, перевод финансовых ресурсов в иностранные банки, возврат кредитов. Перед Центробанком РФ встала задача, связанная с осуществлением мер по восстановлению размеров переводных депозитов. Их сокращение при снижении деловой активности становится фактором усиления экономического спада. В этих условиях специалисты считают необходимым для предотвращения дальнейшего сокращения переводных депозитов со стороны Центробанка РФ проводить политику стимулирования банковского кредитования в рублях. Однако ЦБ РФ расширил возможность кредитования в иностранной валюте, что не могло не способствовать восстановлению объема переводных депозитов в силу особенностей действия денежного мультипликатора. Результатом стало значительное уменьшение объема ликвидности рублевого номинала у хозяйствующих субъектов, что и оказало угнетающего влияния на реальный сектор экономики. Кроме того, сократилась национальная денежная база, и как следствие, сократился до уровня начала 2007 г. валовой объем финансовых операций в частных платежных системах. По оценкам, уменьшение реального ВВП было приблизительно на 9%, а сокращение объемов финансовых операций между хозяйствующими субъектами на 40%. При таком раскладе, очевидно, что меры по уменьшению рублевой ликвидности, предпринятые Центробанком РФ в I квартале 2009 г., сделали финансовый сектор ограничителем роста ВВП. «Насыщая банки валютной ликвидностью, Центробанк РФ уменьшил ликвидность в национальной валюте, а также не создал условия для восстановления размеров переводных депозитов в российских банках. Такая политика ЦБ РФ не могла привести к увеличению объемов кредитования реального сектора, а следовательно препятствовала расширенному воспроизводству. Более того, лишая хозяйствующих субъектов средств расчета, она угнетала уже имеющееся производство. Последствиями подобной политики стали уменьшение реального ВВП и препятствование его восстановлению»⁶⁴. Стало быть, кредитная система, не связанная с инновационной направленностью реального сектора, более того

⁶⁴ Кузнецов М. Указ.соч.. С.93.

способствовавшая возникновению препятствий для экономики на этом пути, не оставляла надежд на успех инновационной трансформации российской экономики.

Определенное «безразличие» кредитной системы к реальному сектору проявилось в ситуации со спасением отечественных банков от зарубежных кредиторов. Такая необходимость возникла, когда высокая инфляция особенно тяжело сказывается на состоянии кредитного рынка. Известно, что чем длиннее кредитные сделки, тем большая вероятность того, что кредиторы не по собственной вине понесут убытки, а должники не по заслугам будут вознаграждены. Данная закономерность стала сдерживать, а порой просто приостанавливать кредитные сделки, что естественно замедлило процесс движения товарных и денежных потоков. Кредит на национальном кредитном рынке стал относительно дорогим, собственный Центральный банк по сути не кредитует национальную экономику, что и заставило отечественный бизнес искать внешние возможности кредитования. Поэтому обязательства реального сектора перед зарубежными кредиторами после 2003 г. достигли огромных размеров и существенно усилили кризисные явления в 2009 г. «Денежная эмиссия в основном осуществляется под формирование валютных резервов, а денежная система в первую очередь обслуживает держателей иностранной валюты, т. е. экспортный сектор, следовательно, остальные сферы экономики испытывают денежный голод. Одни не могут «переварить» свои доходы, скупают валюту и сбрасывают ее за границу, другие не в состоянии свести концы с концами и получить по нормальным ставкам кредиты для развития производства»⁶⁵.

В такой ситуации не могло быть и речи о равновесии на кредитном рынке и об инновационной направленности кредитования. Дело в том, что кредитные деньги искали более прибыльное применение не на «дальних дорогах» в реальной экономике, а на «коротких» – фондовом рынке. Кредитная политика, проводимая ЦБ РФ, по оценкам экспертов, тому мало препятствовала. «Когда формировалась невероятно высокая корпоративная задолженность (свыше 500 млрд. долл.), Банк России не вносил предложений по ее ограничению. Накопленные финансовые резервы, которые следовало использовать на инвестиционные проекты национального масштаба, отдаются в долгосрочную ссуду банкам, «игравшим» на рынке ценных бумаг, для погашения их долгов и для предоставления кредитов. Но полученные средства банки снова используют для вложений в ценные бумаги, предпочитая это кредитованию товаропроизводителей»⁶⁶. Такая деятельность отдельных банков⁶⁷ поставила под угрозу обрушения всей

⁶⁵ Расков Н. Долговременные тенденции развития экономики // Экономист. 2010. №5. С.34-35.

⁶⁶ Селезнев А. Проблемы совершенствования кредитно-банковской системы // Экономист. 2009. №8. С. 30.

⁶⁷ К примеру, общая государственная поддержка ВТБ в 2008 г. составила 829 млрд. руб. – субординированный кредит по линии Внешэкономбанка и средства, полученные на аукционе Центрального банка.

банковской системы. С помощью ресурсов Центрального банка Правительство РФ вынуждено было спасти задолжавшие за рубежом компании и банки, оставляя без весомой кредитной поддержки основных производителей благ и услуг. Реализуя антикризисные интервенции, спонсируемые национальными правительствами, ЦБ частично взял на себя ответственность за эффективность антикризисных программ.

Вместе с тем, поддержанные государством банки, получив дополнительные бюджетные ассигнования на пополнение капитала и ликвидности, не увеличили масштабы кредитования реального сектора. В целом не удалось преодолеть «кредитное сжатие». Более того, монетарное вхождение государства в капитал частных банков будет продолжено через реализацию двух программ: обмена привилегированных акций банков на ОФЗ и возможность вторичного получения субординированных кредитов. Стало очевидным, что направление государственной помощи в условиях кризиса квазигосударственным банкам не сопровождалось реформой банковской системы. В результате в банковском секторе остались неэффективные институты. Да и проблема «плохих» долгов до сих пор не решена, не разработан общий подход к ее решению, продолжается рост просроченной задолженности, не принята программа оздоровления банковского сектора. По расчетам специалистов на это может потребоваться от 0,6 до 2,5 трлн. руб. в зависимости от развития экономической ситуации в стране.

Отечественные финансовые круги обеспокоены такой ситуацией. Предлагаются административные меры «принуждения к кредитованию». Считается, что Банк России, являясь регулятором кредитной системы, мог бы установить максимальный норматив активов, представленных ценными бумагами в структуре актива банка. К тому же кредиты рефинансирования должны быть строго целевыми⁶⁸.

Хорошо известно, что опасен не только неконтролируемый рост внешнего, а и внутреннего долга, о чем говорит дефолт 1998 г. Дело в том, что государство все больше занимает для финансирования плохо контролируемых бюджетных потоков. Конечно, трудно оспорить выгоды, получаемые экономической системой от совместного осуществления крупных капиталовложений, однако, по данным Счетной палаты, приобретают массовый характер нарушения со стороны частных инвесторов в выполнении своих обязательств по финансированию. Происходят срывы в выполнении крупных проектов, важных для хозяйства страны. Поэтому целесообразнее положиться на возможности кредитной системы: временно свободные средства превратить в кредитный ресурс для кредитования контролируемой и ответственной клиентуры – предприятий различных отраслей экономики. Наряду с этим в долговой политике важно увеличение объема предоставления государственных гарантий.

Оценивая политику Центрального банка России при анализе возможности перевода кредитной системы России на инновационное кредито-

⁶⁸ Селезнев А. Указ.соч. С.30.

ние российской экономики, следует выделить точку зрения Н.Расков. Он выделяет два парадокса российского денежно-кредитного хозяйства: первый он связывает с его эмиссионной политикой, а второй – с соотношением реальных процентных ставок по вкладам и уровнем инфляции. Н.Расков считает, что Банк России, проводя свою политику по увеличению валютных резервов (покупая валюту за рубли), практически заблокировал функцию рефинансирования, т. е. ограничил кредитование внутренней экономики. По оценкам экспертов, с 2004 по 2008 г. ЦБ РФ вообще не кредитовал внутренний сектор экономики, наоборот, коммерческие банки кредитовали Банк России. Это отрицательно сказывалось на совокупном спросе и общем экономическом развитии. Зато внешние активы Банка России постоянно росли, т. е. он кредитовал за границу. «Финансовый сектор России являлся нетто-кредитором остального мира именно благодаря тому, что Банк России наращивал избыточные золотовалютные резервы и размещал их в ценные бумаги за рубежом. Объем чистых иностранных активов Центрального банка к концу 2008 г. достиг 427 млрд. долл., что составляло 30% ВВП России»⁶⁹.

Осуществляя эмиссию преимущественно под покупку иностранных денежных знаков, Банк России становится большой конторой по обмену валюты. Формирование валютных резервов в России, по мнению ученого, практически превратилось в самоцель и преподносится как большое достижение. При этом он ссылается на данные обзора Минэкономразвития РФ о результатах экономического развития за 2009 г., где отмечено: «Уровень международных резервов в условиях 2009 г. был достаточным для покрытия российского импорта товаров и услуг в течение 21 месяца (в 2008 г. аналогичный показатель равнялся 14 месяцам)»⁷⁰.

Н.Расков справедливо подчеркивает непреложную истину о том, что все, что попадает в резервы и фонды, изымается из потребления и инвестирования. Валютные резервы сами по себе представляют доход, который не расходуется, т. е. это национальные сбережения. Эти сбережения не инвестируются. Тем самым они представляют собой вычет из совокупного спроса, следовательно, тормозят текущее экономическое развитие. Они не инвестируются и не участвуют в формировании запаса реального капитала, тем самым ослабляют экономический потенциал будущего развития национальной экономики.

Конечно, валютные резервы облегчили положение банковского сектора и бюджета страны в период наступления финансового кризиса 2008-2009 гг. И это важно. Но гораздо важнее то, что средства, сосредоточенные в резервах, были получены из-за границы в обмен на наши реальные товары, между тем как во время кризиса валюта ушла за границу для погашения долговых обязательств. «Избыточные резервы в неравновесной экономике в конечном счете исчезают для поддержания все того же не-

⁶⁹ Расков Н. Долговременные тенденции развития экономики // Экономист. 2010. №5. С.34.

⁷⁰ Расков Н. Указ.соч.. С.35.

равновесия, оставляя экономику без передовых технологий, со слабым человеческим потенциалом. Даже в период кризиса Россия наращивала валютные резервы. По состоянию на 1 января 2010 г. международные резервы составили 439,0 млрд. долл., увеличившись на 2,8% по сравнению с 1 января 2009 г. Для выхода же из кризиса нужна не иностранная валюта, а реальный капитал, соответствующий новейшему технологическому уровню, и образованная здоровая рабочая сила. Этого-то как раз валютные запасы после себя и не оставляют»⁷¹. Благодаря валютно-ориентированной политике ЦБ РФ в стране в относительно благоприятный период – период высокой внешнеэкономической конъюнктуры не сложились такие экономические отношения, которые бы благоприятствовали созданию новых товаров, или развитию инновационных отраслей, которые могли бы успешно конкурировать на внешнем рынке. Более того, технологический уровень производственного потенциала остался прежним, а стало быть, России не удалось создать отечественный потенциал импортозамещения.

Считаем, что выделенная Н.Расковым проблема соотношения процентных ставок по вкладам с уровнем инфляции – это проблема не только равновесия кредитного рынка, а и проблема равновесия всей социально-экономической системы, проблема, которая весьма чувствительно сказывается на состоянии экономических отношений. Страна все годы рыночного развития жила с отрицательными реальными процентными ставками по вкладам, т. е. они находились ниже уровня инфляции. Только в 2009 г. депозитные ставки приблизились к уровню инфляции и даже немного превысили его. Для сбережений в российской экономике сложилась в целом неблагоприятная ситуация. Они обесценивались и дома, и в банках: вкладчики не могут ни сохранить деньги, ни тем более получить хотя бы небольшой реальный доход. Они постоянно облагаются своеобразной инфляционной данью в пользу банковского сектора экономики. «Банковская система продолжает работать в режиме первоначального накопления капитала, перераспределяя в свою пользу сбережения отраслей реальной экономики и населения»⁷², что реально провоцирует «бегство» сбережений от рубля, вместе с тем и нехватку кредитных ресурсов, и истощение источников для инвестиций.

Следует поддержать позицию ученых по вопросу выведения кредитного рынка из пространства отрицательных процентных ставок, чтобы он мог формировать собственные кредитные ресурсы, направлять их на развитие инновационных сфер экономики, создавать условия для их нормальной работы. Не используя собственные сбережения, страна не может преодолеть относительную экономическую отсталость, строить новую систему отношений.

Процесс изменения уровня сбережений в экономической системе связан с процессом дифференциации доходов. В обществе, ориентированном на рост

⁷¹ Там же.

⁷² Пльшевский Б.П. Россия в мире и евро-азиатском регионе: статистика цен и государственных финансов // Вопросы экономики. 2009. №9. С.7.

экономической эффективности, едва ли найдутся сторонники уравнилельного распределения доходов. Его недостатки широко известны: снижение стимулов трудовой деятельности, оппортунистическое поведение экономических агентов, рост иждивенческих настроений. Неограниченная дифференциация доходов вызывает ряд эффектов, связанных с ростом сбережений в экономике, подрывающих стабильность экономического порядка.

«Неоклассическая» теория, воспринявшая закон Сэя, не считает сбережения причиной кризисов сбыта. Согласно этому закону, сбережения автоматически посредством денежного рынка инвестируются в производственный сектор, что ведет к изменению структуры экономики, поскольку возрастает доля отраслей, производящих средства производства относительно производства предметов потребления. По мнению сторонников «неоклассики», колебания ставки процента обеспечивают полную трансформацию сбережений в инвестиции, поэтому длительных нарушений в макроэкономическом равновесии не возникает. Однако практика показывает, что это не всегда так. Возможность превращения сбережений в инвестиции зависит от эффективности функционирования финансовой системы. В российской экономике возможность превращения сбережений в инвестиции затрудняется из-за слабости кредитного рынка. По оценкам, даже в 2000-е гг., когда наблюдался экономический рост, сбережения более чем в 1,5 раза превышали реальное валовое накопление. В 1995 г., например, на валовое накопление основного капитала было использовано 76,0% сбережений, в 2000 г. - 46,3, в 2008 г. - 69,5%⁷³, что сказалось на снижении уровня накопления реального капитала и на развитие технологий, и на увеличении иностранных заимствований. На начало 2009 г. объем внешнего долга российских банков и компаний составил 452 млрд. долл. В основном он сконцентрирован в экспортно-сырьевых отраслях (нефтяная, газовая, металлургические компании), а также в банковском секторе. «Баланс сбережения и кредитования в России был разрушен: долгосрочные сбережения были ресурсам внешних (американских и европейских) экономик – а кредитные ресурсы российские крупные компании занимали на внешних рынках»⁷⁴.

Совершенно очевидно, что инновационная трансформация российской экономики нуждается в реальной кредитной поддержке. Для такой поддержки нужна и «инновационно заинтересованная» кредитная система, формирование которой тесно связанной с реальным сектором, и заинтересованной в его развитии, способной обслужить это развитие возможно только на основе совершенно иной концептуальной модели и банковского кредитования реального сектора экономики, и рефинансирования коммерческих банков, и регулирования их деятельности. В целях создания такой модели в первую очередь возникает необходимость дальнейшего изменения соотношения и взаимосвязи реального сектора и кредитной системы. С одной стороны, необходимо изменить положение дел в кредитных

⁷³ Российский статистический ежегодник. М., 2009. С. 309.

⁷⁴ О развитии российской экономики в 2008-2009 гг. и прогнозе на 2010-2012 гг. // Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования. С. 12.

отношениях, отношениях между субъектами рынка кредитных ресурсов; а с другой – найти выход на новые позиции развития субъектов, что требует ускорения инновационной деятельности. Без этого невозможно осуществлять диверсификацию производства, повышать конкурентоспособность продукции. В этой связи особую актуальность приобретает повышение способности банковской системы проводить дифференцированную кредитную политику по отношению к различным секторам экономики, включая малые и средние предприятия.

Поскольку состояние и возможности кредитной системы во многом определяются ролью Центрального банка страны, то деятельность Банка России по отношению к кредитной системе должна быть более открытой и не бесконтрольной со стороны высшего органа государственного финансового контроля – Счетной палаты, сформированного в соответствии с Конституцией РФ Советом Федерации и Государственной думой.

Новая концептуальная модель кредитной системы должна иметь продуманную антикризисную составляющую. Признавая актуальность монетаристской идеи о «встроенных» в экономическую систему стабилизаторах, следует признать важность и такого стабилизатора, как эффективное кредитование, направленное на инновационное преобразование экономики, ее модернизацию. Отсутствие антикризисного планирования в кредитной системе, и в целом в денежно-кредитной политике, имело своим следствием запоздалое принятие мер по снижению инфляции, по восстановлению отраслей машиностроения, по снижению рисков инвестирования. Концептуальная модель кредитной системы должна выстраиваться вместе с системным пересмотром кредитно-банковского законодательства, роли отдельных институтов с учетом последствий для экономики мирового финансового кризиса и просчетов в кредитной политике государства.

Есть основания признать, что этап построения новой концептуальной модели кредитной системы уже начался. О том свидетельствует радикальное повышение роли новых системообразующих государственных банков и агентств. В настоящее время в кредитной системе кредитором системообразующих банков за счет средств государственных финансовых резервов успешно выступает Банк развития. Постановлением Правительства РФ от 15 октября 2008 г. № 766 установлен порядок размещения средств фонда национального благосостояния на депозитах российских банках, в том числе до 625 млрд. руб. – в Банке развития, причем до 450 млрд. руб. на долгосрочной основе (на период не позднее 31 декабря 2019 г.).

Банк развития – компания, управляющая пенсионными накоплениями (накопительной частью трудовой пенсии). Объем пенсионных средств, которыми управляет банк, на начало 2009 г. составлял 351,76 млрд.руб. Как «пассивный» инвестор он вкладывает накопления в облигации сберегательного займа, получая по ним процент. Возможность кредитования самим банком на его условиях для заемщика сокращается. Средства от продажи облигаций идут в бюджет – для обслуживания долговых обязательств государства. Роль Банка развития возрастает и в связи предстоя-

щими заимствованиями. Министр финансов России А.Л. Кудрин заявил о возможности кратного увеличения займов в связи с дефицитом федерального бюджета.

Инновационно ориентированная концептуальная модель кредитной системы может стать той базой, которая позволит настроить кредитно-банковскую систему на более эффективное выполнение надзорных и регулирующих полномочий, на ускорение модернизации производительных сил страны, на структурную перестройку экономики.

Тенденции развития некоммерческого сектора в современной России

Некоммерческий сектор приобретают в современных условиях большое значение. Выполняемые некоммерческим сектором задачи делают его успешное функционирование крайне необходимым для жизни общества. Развитие некоммерческого сектора происходит под воздействием национальных особенностей. Если в России некоммерческая сфера находится в стадии развития, то за рубежом она получила уже широкое распространение.

Прежде чем выявим тенденции развития некоммерческого сектора в отечественной экономике, проанализируем опыт функционирования НКО в странах Европы и Северной Америки.

С 70 гг. XX в. в большинстве развитых стран прослеживается тенденция быстрого расширения некоммерческого сектора. Так, третий сектор США в 1997 г. включал около 2,1 млн. организаций по сравнению с 309 тыс. в 1967 г.⁷⁵ Во Франции количество неприбыльных структур к началу 90-х гг. достигло 600 тыс., Великобритании - более 250 тыс. организаций.⁷⁶

О масштабе некоммерческого сектора свидетельствует число занятых в неприбыльных организациях. Статистические данные по развитым странам показывают, что в 1997 г. в некоммерческом секторе было задействовано около 5% общего количества занятых.⁷⁷ Например, исследование структуры занятости в США свидетельствует, что в 1997 г. удельный вес некоммерческого сектора в общей численности занятых в экономике достиг 13,4%, причем абсолютное число работающих в неприбыльных организациях составило 9,3 млн. чел, без учета 6,4 млн. волонтеров.⁷⁸

Об усиливающейся роли некоммерческого сектора в экономике дает представление анализ его доли в национальном доходе стран. Так, в США в 1990 г. на долю неприбыльного сектора приходилось около 6,8% НД, что в 1,5 раза выше уровня 1985 г.⁷⁹

Развитие некоммерческого сектора за рубежом за последние два десятилетия привело к значительным изменениям в работе неприбыльных организаций.

Во-первых, за 1980-1990-е гг. в развитых странах появился, по мнению экономиста И. Склута, новый тип неприбыльных организаций – «высокодоходные неприбыльные структуры», специализирующиеся на раз-

⁷⁵ Nonprofit Almanac, N.Y., 1998, p. 11.

⁷⁶ Городецкая И. Возрождение благотворительности в России. // МЭ и МО, № 12 1996, с. 129.

⁷⁷ Preston A. The Nonprofit Worker in s For-Profit World.// Journal of Labor Economics. 1999 N 7, pp. 24-25.

⁷⁸ Menchik P. and Weisbrod B. Volunteer Labor Supply.// Journal of Public Economics. 1997. N 32., p.29.

⁷⁹ Nonprofit Public Policy. A Sourcebook on Think Tanks in Government. New York, London, 1993, p. 43.

витии высокорентабельных видов деятельности. Масштабы распространения данных структур огромны. Так, в США они составляют около 60% всех американских некоммерческих организаций.⁸⁰ Таким образом, рост подобных организаций обостряет в экономике процессы разграничения между высокодоходными неприбыльными структурами и чисто коммерческими предприятиями.

Во-вторых, ряд ученых, таких как, Дж. Дис, Ф. Глэдстоун, указывают на своеобразное «огосударствление» некоммерческой сферы в развитых странах, что противоречит самой природе независимого сектора.⁸¹ В последние годы четко прослеживается тенденция роста влияния государства на деятельность неприбыльных организаций. Правительство активно привлекает некоммерческие структуры к реализации федеральных и муниципальных программ, предоставляя ответные формы государственной поддержки.

Таким образом, в третьем секторе развитых стран отчетливо выделяются два вида смешанных некоммерческих организаций, составляющих большую часть всех неприбыльных предприятий, - это высокодоходные неприбыльные организации, приближающиеся в своей деятельности к структурам бизнеса, и неприбыльные организации, активно сотрудничающие с государством. В результате, встает вопрос, целесообразности совместной деятельности неприбыльных организаций с коммерческими и государственными предприятиями.

Изучение опыта работы некоммерческого сектора развитых стран является особенно актуальным для России, где неприбыльный сектор находится в стадии развития.

Первые шаги в области институционализации организаций некоммерческого сектора в нашей стране относятся к октябрю 1990 г., когда был принят закон СССР «Об общественных объединениях». Данный закон, впервые в истории СССР, заменил существующий до того разрешительный порядок формирования общественных организаций на регистрационный, тем самым предоставив широкие возможности для развития некоммерческих организаций. Однако данный закон носил предельно общий характер и не определял основные формы деятельности общественных объединений, что привело к возникновению большого числа неясностей в работе некоммерческого сектора.

Для решения назревших проблем в 1995-1996 гг. был выпущен ряд законов, регулирующих деятельность некоммерческих организаций. К блоку новых законов относятся федеральные законы «О некоммерческих организациях», «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях», новый закон «Об общественных объединениях». Данные законы можно рассматривать как базовые, определяющие основные понятия для различных направлений деятельности некоммерческого сектора. Принятие данных законов привело к быстрому развитию неприбыльной сферы в стране.

⁸⁰ Skloot E. Enterprise and Commerce in Nonprofit Organisations. In: Powell W.W. (ed.) The Non-profit Sector. A Research Handbook. New Haven, 1987, p. 61.

⁸¹ Dees J. Enterprising Nonprofits.// Harvard Business Review. - 1998. - Vol. 76, N 1, p. 23.; Gladstone F. Charity, Law and Social Justice. London.: Bedford square press, 1996.

Так например, по данным Госкомстата РФ на 1 января 2000 г. число некоммерческих организаций в России достигло 484949 единиц, из них общественных и религиозных организаций - свыше 144 тыс., потребительских обществ и учреждений потребкооперации - более 74 тыс., фондов - свыше 17 тыс.⁸² Российский третий сектор активно занимается удовлетворением запросов населения. Уже в 2002 г. клиентами некоммерческих структур, по данным исследования Центра развития демократии и прав человека, стали около 30 млн. человек, т.е. практически каждый пятый гражданин России.⁸³ Кроме того, некоммерческий сектор активно способствует созданию новых рабочих мест в экономике. Только в 2000 г. НКО было создано более 2 млн. рабочих мест, а также привлечено на добровольной основе свыше 3 млн. чел.⁸⁴ По оценкам экспертов в российской неприбыльной сфере на 1 января 1998 г. было занято около 4% рабочей силы страны. Как следствие, третий сектор вносит свой вклад в создание валового внутреннего продукта.

Таким образом, для некоммерческого сектора России характерны тенденции быстрого роста и усиливающегося влияния на развитие национальной экономики.

Однако расширение российской неприбыльной сферы происходит в условиях острого финансового дефицита и низкого уровня развития материальной базы. Согласно проведенному исследованию 2005 году Мякининой Л.Н., 85% некоммерческих организаций не имели в своем бюджете расходов на развитие предприятия. Все получаемые доходы целиком идут только на покрытие их текущих расходов.⁸⁵ Следовательно, возможности развития российских некоммерческих организаций существенно ограничены.

Необходимость приоритетности поддержки НКО связана не только с тем, что это важный сектор в экономике, но и с тем, что это инновационный сектор в социальной сфере. При переходе к инновационному пути развития важно понимать, что инновации должны быть не только технологическими, но и социальными: без них мы не сможем сделать эффективными наше образование, здравоохранение, социальную поддержку населения. Поэтому тема развития некоммерческого сектора, добровольчества, благотворительности является очень важной.

Россия отстает в развитии третьего сектора по сравнению с развитыми странами. Так, в странах Европы 2008 году экономический вклад добровольческой деятельности составляет 5% ВВП, у нас – менее 1%. Это показатель того разрыва, который нам предстоит преодолеть, это значимый ресурс поддержки добровольчества, поддержки благотворительности. Например, волонтеры в больницах, домах престарелых, других учреждениях. И очень

⁸² Некоммерческие фонды и организации. Правовые аспекты. - М.: Филинь, 2005. – С. 145.

⁸³ Центра развития демократии и прав человека <http://www.demokratia.ru/>

⁸⁴ Официальный сайт журнала «Деньги и благотворительность»
<http://www.cafrussia.ru/directions/ngo/>

⁸⁵. Отдельные моменты организации налогообложения в ассоциациях и союзах, как некоммерческих организациях / Л.Н Мякина. // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. — 2006. - № 17. С. 26.

важно создавать подобные институты не столько для сокращения бюджетных расходов, сколько как механизм вовлечения людей в инновационное оказание социальных услуг.

Следует обратить внимание на необходимость распространения лучшего опыта российских НКО. Опрос руководителей НКО проведенный ГУ-ВШЭ показал, какие проблемы чаще всего назывались: недостаток денег и материальных средств; отсутствие поддержки со стороны возможных спонсоров, отсутствие интереса со стороны местных властей, проблемы с помещением. По оценке руководителей НКО заработная плата работников этого сектора сегодня заметно меньше той, которую получают работники такой же квалификации, работающие как в коммерческих организациях, так и в муниципальных и государственных организациях. Тот же опрос выявил много проблем управленческого характера, низкую эффективность работы коллегиальных исполнительных органов, попечительских и наблюдательных советов.

«В результате мониторинга, – заметил Лев Якобсон, – можно сделать вывод, что типичная российская НКО – небольшая организация, экономически слабая, работающая во многом на энтузиазме. Вместе с тем она не защищена от соблазнов коммерциализации – не потому, что кто-то создавал организацию, чтобы злоупотреблять её статусом, а потому, что такова логика нашей жизни, еще во многом неблагоприятная для НКО».⁸⁶

«Когда мы опрашивали население в рамках мониторинга, – продолжил докладчик, – то сделали еще один неутешительный вывод, что некоммерческие организации – даже благотворительные – испытывают дефицит доверия. Это мешает им привлекать средства и добровольцев. Трудно работать, когда репутация сектора, в целом, не самая лучшая».⁸⁷

Как думается, в сложившейся ситуации необходимо разумное разнообразие правовых ниш для различных НКО. Сегодня в стране есть некоммерческие организации, которые условно можно отнести к «высшей лиге». Их деятельность вполне соответствует международным стандартам прозрачности и корпоративного управления, а потому они могут рассчитывать на весомые налоговые льготы. А вот для более многочисленной «первой лиги» НКО можно сохранить примерно нынешние требования и условия налогообложения при интенсивной грантовой и «нематериальной» поддержке (вовлечение в подготовку решений, информирование и распространение информации, обучение, содействие расширению сетей и т.д.)».

В их ряду – внедрение в деятельность НКО современных технологий управления проектами, освоение новых инструментов фандрайзинга, укрепление организационного потенциала, разработка и продвижение услуг НКО и др.

Некоммерческие организации в силу специфических уставных целей своей деятельности выделяются рядом особенностей экономики и менеджмента. Среди теоретических концепций, посвященных особенностям экономики и менеджмента некоммерческих организаций, можно выделить теорию «производства общественных благ».

⁸⁶ Московская ТПП конференция от 10.10.2010. <http://www.mostpp.ru/pages>.

⁸⁷ Московская ТПП конференция от 10.10.2010. <http://www.mostpp.ru/pages.certification>

Согласно теории «производства общественных благ» американских ученых Д. Шифа и Б. Вайсброда, специфика экономики и менеджмента некоммерческих организаций следует из самих причин появления некоммерческих организаций - они возникают вследствие неэффективности коммерческих структур в производстве общественных благ.

В некоммерческой сфере к общественным благам можно отнести всемирные научные достижения, культурное наследие человечества и др.. Обращение дополнительного человека к культурному наследию не влияет на потребление остальных людей, а также не может быть ограничено. Уникальная книга, картина или музыкальное произведение остаются достоянием всех членов общества и последующих поколений, и потому возможно их совместное и неоднократное использование.

Например, Якобсон Л.И. отмечает, что в отношении общественных благ потребители часто обладают неодинаковой информацией - «покупатели, в силу различных предпочтений и уровней дохода, придают информации различное значение, а также видят разную эффективность потребления общественных благ».⁸⁸ В результате, производители испытывают сложности в получении достоверной информации о спросе на общественные блага. В условиях неопределенности коммерческое производство общественных благ затруднено и приводит к снижению или отсутствию предложения со стороны предпринимателей. Таким образом, отрицательные последствия информационной асимметрии препятствуют ведению предпринимательства в этой сфере.

Как представляется, производство общественных благ имеет скрытый экономический эффект от деятельности НКО. Нельзя достоверно измерять экономическое значение, например, повышение интеллектуального или духовного уровня населения. Необходимо анализировать зависимость между объемом предоставленных общественных благ и например уровнем преступности, безработице и др.

Еще одной важной тенденцией развития некоммерческого сектора является использование социального (некоммерческого) маркетинга. Применение некоммерческого маркетинга дает возможность производителям стимулировать потребление общественных благ у различных групп населения.

Так, для некоммерческих организаций культуры как разновидности некоммерческих организаций вполне справедливы положения данной теории. В силу наличия информационной асимметрии на рынке культурных услуг некоммерческие организации культуры активно используют социальный маркетинг. Значение последнего, по мнению К. М. Гасратян, особенно важно для сферы культуры, где «категория информации приобретает более широкий контекст, включающий не только данные о товарах и услугах, но и возможность приобщить к искусству, развить вкус к нему, благодаря чему спрос на продукцию сферы культуры быстро возрастает».⁸⁹ Социаль-

⁸⁸ Якобсон Л.И. Государственный сектор экономики: экономическая теория и политика: уч. для вузов / Л.И. Якобсон; Европейская комиссия ЕС (Takis). - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - С. 156-157.

⁸⁹ Гасратян К.М. Еще раз о финансировании культуры // Финансы.— 2000. — № 5.— С. 12. дополне-

ный маркетинг в сфере культуры, таким образом, нацелен не только на стимулирование потребления, но и на подготовку самого потребителя.

Доступ к общественным благам всех групп населения, независимо от уровня доходов, не позволяет в большинстве случаев производителям устанавливать на общественные блага такие цены, которые обеспечивали бы прибыль. В результате доходы от выпуска общественных благ могут не покрывать всех расходов, связанных с их производством. В таких условиях крайне важным становится применение фандрейзинга, направления менеджмента по привлечению и аккумулярованию внешних источников финансирования, таких как благотворительные и спонсорские взносы, гранты, государственные субсидии и т.д. Некоторые данные по финансированию некоммерческого сектора из федерального бюджета представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Динамика расходных обязательств федерального бюджета
в 2008–2013 гг. (% ВВП).

	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Отклонение 2013 к 2010, в п.п. ВВП
Расходы (без учета условно утвержденных) – всего	18,3	24,9	22,7	21,2	20,1	19,7	–3,1
<i>В том числе:</i> Общегосударственные вопросы	1,7	1,7	1,6	1,7	1,4	1,2	–0,3
Обслуживание государственного и муниципального долга	0,4	0,5	0,4	0,8	0,9	1,0	0,5
Национальная оборона	2,5	3,1	2,9	3,0	3,0	3,4	0,5
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	2,0	2,6	2,4	2,4	2,1	1,9	–0,5
Национальная экономика	2,5	4,3	2,7	3,4	3,0	2,5	–0,2
Жилищно-коммунальное хозяйство	0,3	0,4	0,5	0,4	0,2	0,1	–0,4
Охрана окружающей среды	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Образование	0,9	1,1	1,0	1,0	0,9	0,8	–0,2
Культура, кинематография, СМИ	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	–0,1
Здравоохранение и спорт	0,7	0,9	0,7	1,0	0,9	0,7	0,0
Социальная политика*	0,7	0,8	0,8	6,0	5,8	5,6	4,9
Межбюджетные трансферты общего характера	6,5	9,3	9,3	1,1	0,8	0,7	–8,6
Условно утвержденные					0,7	1,3	

Источник: Таблица составлена автором при использовании данных Казначейства РФ, Сведения об использовании выделяемых бюджетных средств <http://www.roskazna.ru/reports/ib.html>

Из таблицы видно, что из бюджета на производство общественных благ выделено в 2011 году от 1,5 до 2% ВВП, в перспективе до 2013 года ситуация не изменится. Такое отношение по остаточному принципу не приведет к интенсивному развитию НКО.

Ограниченность ресурсов производителей общественных благ определяет специфику трудовых отношений в этой области. Большое значение приобретает добровольчество, система трудовых отношений, построенная на механизме нематериального стимулирования и преследующая социальные, благотворительные и иные общественно-полезные цели. Важную роль добровольчество играет в некоммерческой сфере, некоммерческих организациях труд волонтеров обычно сводится к работе с посетителями, помощи в проведении мероприятий, сбору внешней информации и т.д.

В ряде случаев социальный маркетинг, фандрейзинг и добровольчество могут быть использованы производителями в ущерб потребителям из-за отрицательных последствий информационной асимметрии. На это указывают И. Илман и Г. Хансманн в теории «невыполненного контракта».

Согласно данной теории, в ряде случаев рыночный механизм не обеспечивает эффективного контроля за деятельностью производителей, в связи с чем последние могут намеренно завышать цену при низком качестве продукции, что приводит к ухудшению благосостояния клиента. Таким образом, со стороны производителя может иметь место нарушение обычных контрактных обязательств, что Хансманн называет «невыполненным контрактом».

Хансманн полагает, что потребители являются более защищенными, если они работают с некоммерческими организациями. Некоммерческие структуры законодательно ограничены в возможностях внутреннего распределения доходов между работниками и должны направлять полученные средства на развитие основной деятельности организации, что контролируется со стороны общества. Хансманн подчеркивает, что «преимуществом некоммерческих производителей является то, что рыночный контроль в них подкрепляется дополнительной защитой потребителя другим, более сильным «контрактом» - официальным обязательством организации перед обществом направлять все свои доходы на развитие некоммерческой деятельности».⁹⁰

К примеру, в сфере культуры и в сфере образования некоммерческие организации ограничены в возможностях использования доходов на цели, отличные от целей развития организации. Кроме того, в российской сфере культуры и сфере образования законодательное ограничение на распределение прибыли дополняется в большинстве случаев контролем со стороны государства. Отечественные некоммерческие организации культуры и образования действуют чаще всего в организационно-правовой форме государственного учреждения. Культурные и образовательные учреждения владеют

⁹⁰ Hansmann H. The Role of Nonprofit Enterprise // The Yale law journal. — 1990. — N 89. In: Management of Non-profit Organizations / Ed. By M. Sharon. - Dartmouth, 1994.- P. 20.

имуществом на праве оперативного управления и финансируются полностью или частично из государственного бюджета. В силу того, что имущество государственных учреждений является собственностью государства, все доходы от этой собственности рассматриваются как доходы государственного бюджета, и распределение учреждениями полученных доходов должно согласовываться с органами государственной власти. В результате, культурные и образовательные учреждения предпочитают юридически разграничивать некоммерческую и предпринимательскую деятельность. Подобное разделение деятельности достигается двумя способами.

Первый, для ведения предпринимательской деятельности при учреждении создается отдельное предприятие, контрольный пакет акций которого принадлежит учреждению.

Второй, учреждение предоставляет свои площади, торговые марки и другие права компаниям, занимающимся коммерческой деятельностью, а те, в свою очередь, отчисляют от полученной прибыли определенный процент.

В качестве примера разделения коммерческой и некоммерческой деятельности в учреждении культуры можно привести опыт Государственного Эрмитажа. В 2003 году на территории музея было создано коммерческое предприятие «ЭСП», объединяющее сувенирные и книжные магазины, кафе и буфет для сотрудников. По договору с Эрмитажем стал работать банк "Петровский", наделенный правом проводить валютно-обменные операции на территории музея и обязанный перечислять на счет Эрмитажа 50% прибыли, полученной от этой деятельности. Кроме того, музей приобрел контрольный пакет акций транспортной компании "Хэпри", осуществляющей монтаж, упаковку и транспортировку материалов, в том числе и музейных экспонатов.

Таким образом, следует заключить, что для некоммерческого сектора России характерны тенденции быстрого роста и усиливающегося влияния на развитие национальной экономики. Однако расширение российских НКО происходит в условиях острого финансового дефицита и низкого уровня развития материальной базы. Следовательно, возможности развития российских некоммерческих организаций существенно ограничены.

Взаимодействие инвестиций и конкурентоспособности на макроэкономическом уровне

Важнейшей составляющей стратегии внешнеэкономического и внешнеполитического развития России в современном мире является концепция сильной и конкурентоспособной отечественной экономики. Увеличение темпов роста экономики страны - одна из важнейших задач этой концепции. Если мы добьемся повышения конкурентоспособности российских товаров и услуг, то тогда нам удастся повысить ВВП, сократить бедность и снять все многие проблемы. В этом смысле конкурентоспособность – это действительно национальная задача, которую необходимо решать. Анализ опыта многих современных развитых стран показывает, что для достижения устойчивого экономического роста необходимы значительные капиталовложения, то есть инвестиции. Рассмотрим данный процесс подробнее.

Существует противоречие между стремлением к увеличению потребления и вызываемым им снижением накопления, то есть инвестиционных источников. А это приводит, в свою очередь, к уменьшению производимого общественного продукта и тем самым снижает и потребление. Здесь дело обстоит с одной из так называемых «экономических ловушек».

Государство в лице правительства, способно переключать средства из производственного накопления в непроизводственное накопление, урезая инвестиции в производство средств производства, в выпуск инвестиционных товаров и направляя высвобожденные средства на увеличение производимых или закупаемых за рубежом потребительских благ и услуг. Но от перестановки слагаемых сумма в виде произведенного национального дохода, которым располагает в данный период общество, не изменяется. Чем больше потребили, тем меньше накопили. Снижение производственных инвестиций, то есть будущих средств производства, по истечении временного лага приведет к уменьшению средств производства, спаду самого производства, произведенного национального продукта и национального дохода, из которого образуется потребление.

В итоге повышенная доля потребления в национальном доходе не приведет к последующему росту потребления. Вследствие снижения общего уровня национального дохода объем потребления снизится и предотвратить такое снижение могут либо иностранная помощь, либо продажа национального богатства страны. И то и другое не вечны, ведут к долгам и потерям. Из этой «экономической ловушки» есть практически только один выход - соблюдение рационального соотношения накопления и потребления. Какой бы ни была тяжелой социально-экономическая ситуация в стране, нельзя урезать инвестиции, жертвовать будущим во имя настоящего.

Как пишут в книге «Экономика для всех» американские ученые-

экономисты Р. Хайлбронер и Л. Туроу, потребительские расходы домашних хозяйств, составляющие $\frac{2}{3}$, валового национального продукта США, «являются не ведущей силой экономики, а ведомой. При всей своей величине они не являются двигателем ВВП. Это тормозной вагон»⁹¹. Те же авторы утверждают, что, в отличие от потребления, инвестиции есть не ведомая, а ведущая часть экономики, паровоз, который «тянет» экономику. Становится ясным, что урезание инвестиций ведет к губительным последствиям.

Производственные инвестиции - это будущие основные средства производства, основной капитал. Не будет нужных основных средств – не будет и нужного, требуемого уровня производства, разве что только ручное. А при недостаточном производстве невозможно обеспечить достаточное потребление, ибо потратить можно только то, что создано, произведено, о чем уже не раз говорилось в предыдущем изложении.

Тот факт, что основной капитал является определяющим фактором производства, давно признан ведущими учеными-экономистами мира. Согласно производственной функции Кобба-Дугласа, представляющей одно из основных соотношений эконометрики, объем произведенного продукта Q зависит от основного капитала (объема инвестиций) K и занятых в производстве трудовых ресурсов L , то есть $Q = Q(K, L)$, и растет при увеличении факторов производства.

Из производственной функции предельно ясно, что для увеличения объема производства, обеспечения экономического роста необходимо увеличивать либо капитал K , либо трудовые ресурсы L , либо оба фактора одновременно. Так как возможности увеличения трудового фактора ограничены численностью и трудоспособностью населения, то главным источником роста становится капитал, увеличить который можно, наращивая инвестиции. Двухфакторная модель, конечно, упрощена, она не учитывает в явном виде такие факторы, как научно-технический уровень производства, предпринимательская активность. Но и в такой постановке вопроса понятно, что для масштабного использования этих факторов нужны вложения в науку, технику, технологию, управление. Наращивание трудовых ресурсов и повышение их отдачи также не представляется возможным без вложений в человеческий капитал.

Активность инвестиционных ресурсов как экономического фактора предопределяется также их уникальным свойством, известным под названием «эффект мультипликатора». Вложения в одну из отраслей, например в строительство, вызывают необходимость в строительных машинах, строительных материалах, строительных рабочих. В итоге возникает неизбежный вторичный поток инвестиций в производство строительных материалов, строительного оборудования, подготовку строительных рабочих. Вторичные потоки инвестиций, в свою очередь, вызывают необходимость вложений в производство конструкционных материалов для строительного оборудования, добычу сырья для производства строительных материалов. Это и есть

⁹¹ Райзберг, Б.А. Курс управления экономикой. – СПб.: Питер, 2003. С. 218.

мультипликационные эффекты.

Волны, порождаемые первичными инвестициями, конечно, затухают, вторая волна слабее первой, а третья - слабее второй. Но в целом эффект мультипликатора приводит в течение года примерно к удвоению первоначальных инвестиций, что подтверждается хозяйственной практикой ряда стран. Этот эффект имеет и обратное действие: отток инвестиций из одной отрасли вызывает со временем дополнительный их отток из смежных отраслей.

Как уже было упомянуто выше, уровень инвестиций оказывает существенное воздействие на объём национального дохода общества; от его динамики будет зависеть множество макропропорций в национальной экономике. Кейнсианская теория особо подчёркивает тот факт, что уровень инвестиций и уровень сбережений определяется во многом разными процессами и обстоятельствами⁹².

Инвестиции являются одним из факторов конкурентоспособности. Фактор – это то, что способствует превращению возможностей в действительность. Факторы могут воздействовать как в сторону повышения конкурентоспособности, так и в сторону её понижения. Факторы определяют средства и способы использования резервов конкурентоспособности, в виде совершенствования техники и технологии, живого труда, материалов – в результате инвестирования.

Инвестиции выполняют главную роль, как на макро, так и на микроэкономическом уровне. Они являются одним из основных факторов развития экономики, а также определяют будущее страны в целом, отдельного субъекта, предприятия. В области подготовки специалистов экономического профиля исследование инвестиционной деятельности является важным этапом. Повышения притока инвестиций в экономику страны благоприятно влияют и на конкурентоспособность, способствуя её повышению.

Инвестиции в масштабах страны определяют процесс расширенного воспроизводства. Строительство новых предприятий, а следовательно, и создание новых рабочих мест зависят от процессов инвестирования, или капиталообразования. На инвестиционный процесс в экономике какого-либо государства, в частности России, оказывает существенное воздействие состояние мировой экономики в целом. Рассмотрим современное состояние и перспективы мировой экономики, влияние современных мировых процессов на рост капиталовложений в России.

В 90-е годы проблемы финансовой стабилизации экономики, в контексте инвестиционной политики, были нацелены в первую очередь на создание благоприятного инвестиционного климата и привлечение инвестиций как основы экономического роста, структурной перестройки и повышения благосостояния населения⁹³. Сейчас, когда наблюдается активный рост капиталовложений, инвестиции, в стратегическом аспекте, сейчас выступают

⁹² Юданов, А.Ю. Теория конкуренции: прикладные аспекты // Мировая экономика и международные отношения. 2007, №5. С.12-14

⁹³ Хейфец, Б. Внешний сектор российской экономики // Вопросы экономики. 2007, №11. С. 76.

ключевым звеном, определяющим решение всего комплекса проблем развития страны и модернизации экономики, и, прежде всего, достижения устойчивого экономического роста и повышения конкурентоспособности отечественного производства на внутреннем и мировом рынках.

Необходимое укрепление конкурентных позиций России на международных рынках во все большей степени требует повышения качества продукции, что зачастую возможно лишь за счет инвестирования в импортные основные фонды. Поэтому ожидаемые закупки отечественных и зарубежных инвестиционных товаров демонстрируют обратную по сравнению с фактическими данными зависимость от обеспеченности предприятий собственными финансовыми средствами. По мере ее улучшения появляется все больше планов перевооружения производства с использованием импортного оборудования. В отраслях, ориентированных на внутренний потребительский спрос конкурентная ситуация на рынках их продукции такова, что вынуждает компании вкладывать средства в повышение качества продукции на основе импортных технологий. В результате большая часть инвестиционных финансовых ресурсов промышленности практически синхронно направляется на приобретение зарубежных инвестиционных товаров. Впрочем, в перспективе, когда рыночная ситуация в отраслях потребительского спроса стабилизируется, роль отечественных основных фондов (например, машин и оборудования) в инвестиционном процессе предприятий может восстановиться. Не случайно, например, ожидаемые закупки отечественных инвестиционных товаров положительно связаны с финансовым состоянием предприятий промышленности.

Инвестиции влияют на конкурентоспособность страны следующим образом: при росте привлекаемых инвестиций в промышленность и сельское хозяйство происходит обновление изношенных основных фондов, станки и оборудование заменяются на более усовершенствованные, позволяющие снизить затраты на производство и увеличить качество и выпуск произведенной продукции, росту занятости на данных производствах. Все это приводит к увеличению количества продукции данных отраслей, что в совокупности приводит к росту ВВП. При увеличении товарной массы в стране растет и экспорт, что приводит к увеличению положительного сальдо торгового баланса, а, следовательно, к укреплению национальной валюты. Здесь находят отражение теории абсолютных и относительных преимуществ. Развитие производства, активное внедрение новых технических изобретений, стремительное развитие промышленности, то есть все, на что направлены прямые инвестиции, именно данных отраслей исходит из теории абсолютных преимуществ А. Смита. Он считал, что экспортоориентированное производство товаров должно обязательно создаваться на основе абсолютных преимуществ страны (естественные природные преимущества), то есть издержки производства таких товаров должны быть меньше, чем издержки производства тех же товаров в других странах. Д. Рикардо развил теорию А. Смита о внешней торговле, дополнив ее теорией "сравнительных издержек производства" (или теория "сравнительных преимуществ"). В отличие от А. Смита,

который решающее значение при объяснении закономерностей развития мировой торговли придавал величине абсолютных издержек, Д.Рикардо считал, что абсолютные издержки не обязательно являются предпосылкой международного обмена. Государства, по мнению Д.Рикардо, получают экономический эффект за счет производства и экспорта товаров, которые обходятся им относительно дешевле, и импорта товаров, которые производятся за границей сравнительно дешевле, чем внутри страны. Специализация, основанная на использовании принципа сравнительных преимуществ, обеспечивает более эффективное размещение ресурсов и рост производства соответствующих товаров, как внутри государства, так и на мировой арене. Ведь страны, специализируясь на производстве товаров, в которых они имеют относительные преимущества, могут производить их в значительно большем объеме и лучшего качества, чтобы экспортировать эти товары в другие страны, в то же время они имеют возможность получать посредством импорта те товары, которые не производятся внутри страны и импортировать товары, затраты на производство которых внутри страны чрезвычайно велики. Таким образом происходит максимальное использование данных преимуществ, что укрепляет национальную экономику России (в нашем случае), а, значит, происходит повышение ее конкурентоспособности. Механизм взаимосвязи инвестиций и конкурентоспособности представлен на рисунке 1.

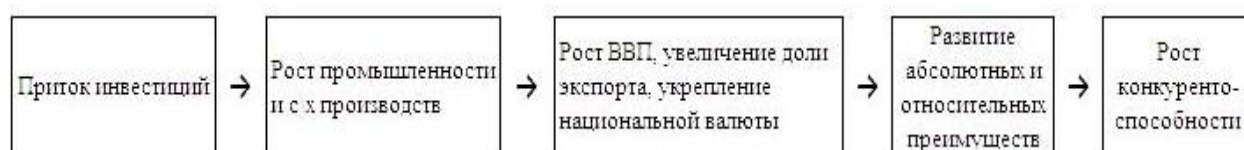


Рис.1 Механизм взаимосвязи инвестиций и конкурентоспособности национальной экономики⁹⁴.

Всю совокупность конкурентных преимуществ России условно можно разделить на три группы:

- ресурсные – обладание ресурсами особого качества или количества (природными или приобретенными);
- операционные – характеристика степени или эффективности использования имеющихся ресурсов;
- программно-стратегические – наличие определенной стратегии развития субъекта-носителя конкурентных преимуществ и качество этой стратегии.

Виды преимуществ усложняются от ресурсных к стратегическим и последние (стратегические) становятся в настоящее время все более важными. Необходимо эффективная стратегия привлечения инвестиций в первую очередь в отрасли российской экономики, обладающие данными преимуществ-

⁹⁴ Составлено автором по: Экономическая теория / Под ред. Итуэлла, Дж., Милгейта, М., Ньюмена, М.: – М.: ИНФРА-М, 2004. С. 49.

вами (промышленность и сельское хозяйство), а также в развитие высокотехнологичных и инновационных обрабатывающих отраслей.

Для привлечения отечественных и иностранных инвестиций в экономику России необходимо создание благоприятного инвестиционного климата. Решение проблемы привлечения инвестиций требует разработки и внедрения на государственном уровне специальных механизмов организации инвестиционной деятельности, эффективно обеспечивающих привлечение и целевое использование инвестируемых средств. Ключевое значение в этом вопросе должно быть отведено стратегии экономического развития государства и инвестиционной политике, реализуемой не только на федеральном уровне, а в большей мере на уровне субъектов Федерации и органов местного самоуправления, то есть исходить из возможностей отдельных субъектов Российской Федерации, их инвестиционного потенциала и рисков.

Решение проблемы привлечения инвестиций требует разработки и внедрения на государственном уровне специальных механизмов организации инвестиционной деятельности, эффективно обеспечивающих привлечение и целевое использование инвестируемых средств. Ключевое значение в этом вопросе должно быть отведено стратегии экономического развития государства и инвестиционной политике, реализуемой не только на федеральном уровне, но и на уровне субъектов Федерации, то есть исходить из возможностей отдельных субъектов Российской Федерации, их инвестиционного потенциала и рисков.

Таким образом, можно сформулировать следующие выводы:

1. Уровень инвестиций оказывает существенное воздействие на объём национального дохода общества; от его динамики будет зависеть множество макропропорций в национальной экономике. Инвестиции в масштабах страны позволяют обновить предприятия, модернизировать технологический процесс, увеличить занятость, повысить производительность труда и осуществлять прирост производства, повышению ВВП, увеличить экспорт, повысить, таким образом, конкурентоспособность национальной экономики.

2. Анализ опыта многих современных развитых стран показывает, что для достижения устойчивого экономического роста необходимы значительные капиталовложения. Активность инвестиционных ресурсов как экономического фактора повышения конкурентоспособности предопределяется также их уникальным свойством, известным под названием «эффект мультипликатора». Производственные инвестиции - это будущие основные средства производства, основной капитал. Инвестиции - ведущая часть экономики, паровоз, который «тянет» экономику. Урезание инвестиций ведет к губительным последствиям, в частности – снижению конкурентоспособности национальной экономики.

3. В стратегическом аспекте инвестиции сейчас выступают ключевым фактором, определяющим решение всего комплекса проблем развития страны и модернизации экономики, и, прежде всего, достижения устойчивого экономического роста и повышения конкурентоспособности отечествен-

ного производства на внутреннем и мировом рынках. При этом особое значение приобретает структурный поворот от производства и экспорта топливно-энергетических ресурсов к развитию высокотехнологичных и инновационно-емких обрабатывающих отраслей.

В современных условиях развития экономики, для решения задач подъема экономики и обеспечения экономического роста необходим комплексный подход к проблеме привлечения инвестиционных ресурсов и активизации инвестиционной деятельности. Поэтому первостепенное значение приобретает анализ источников потенциальных инвестиций, достоверная оценка реальных возможностей их мобилизации, а также путей решения проблем их привлечения и выработка стратегии обеспечения эффективности привлекаемых инвестиций.

Социально-экономический анализ деятельности некоммерческих организаций в российской экономике

Эффективность работы некоммерческих организаций и создание ими общественных благ, прежде всего зависит от возможностей финансирования своей работы. В связи с этим, в первую очередь необходимо проанализировать поступление финансов, помня, что некоммерческие организации отличаются высокой диверсификацией источников финансирования. Некоммерческие цели хозяйствования требуют от них не только разработки собственных доходных направлений деятельности, но и привлечения внешних источников финансирования со стороны государства, населения и частного сектора.

Источники финансирования некоммерческих организаций делятся на три группы: привлеченные; государственные; собственные средства.

К привлеченному финансированию относятся благотворительные, спонсорские средства, гранты фондов, членские взносы и др. Государственное финансирование объединяет прямые и косвенные субсидии государства. Собственные средства включают доходы от основной и коммерческой деятельности.

Отметим, что сущность благотворительности состоит в добровольной деятельности человека по бескорыстной (безвозмездной или на льготных условиях) передаче нуждающимся лицам имущества, в том числе денежных средств, бескорыстному выполнению работ, предоставлению услуг, оказанию иной поддержки. Спонсорство – вид экономической сделки, в процессе которой происходит обмен денежных средств, товаров, услуг, работ на возможности размещения рекламы, проведения PR-мероприятий, стимулирования сбыта. В отличие от благотворительности, представляющей форму добровольной бескорыстной поддержки некоммерческой деятельности со стороны физических и юридических лиц, спонсорство характеризуется исключительно коммерческими интересами.

Пожертвованием признается дарение вещи или права в общеполезных целях (т.е. нельзя пожертвовать работы или услуги). Пожертвования могут делаться гражданам; лечебным, воспитательным, благотворительным, научным и учебным учреждениям, учреждениям социальной защиты, фондам, музеям и другим учреждениям культуры, общественным и религиозным организациям. Для этих лиц жертвования не облагаются налогом на прибыль. Во всех остальных случаях (в частности, для таких организационно-правовых форм некоммерческих организаций, как некоммерческие партнерства, автономные некоммерческие организации, ассоциации и союзы и др.), жертвования расцениваются как обычное дарение и облагаются налогом на прибыль в составе вне реализационных доходов.

Патронаж – это оказание долгосрочной материальной и организационной поддержки некоммерческой деятельности в ответ на получение определенных прав на участие в управлении. Патрон может быть наделен правом участия в разработке стратегии развития, текущем планировании некоммерческой деятельности и т.д. Патронаж необходимо отличать от меценатства, которое в основном распространяется на сферу культуры и носит просветительский характер. Меценатство - организация и поддержка общественно-значимых мероприятий в просветительских целях (преимущественно в сфере культуры и искусства).

Членские взносы - регулярное отчисление средств в некоммерческую организацию с целью получения определенного пакета товаров и услуг.

Грант - средства целевого финансирования (денежные средства или иное имущество), выделяемые на конкурсной основе и предоставляемые безвозмездно и безвозвратно с последующим отчетом об их целевом использовании.

Вторая группа доходов некоммерческих организаций, объединяющая различные виды государственного финансирования, является традиционным источником поступлений некоммерческой сферы в РФ. К государственным источникам финансирования относятся регулярные субсидии государства на содержание и развитие некоммерческих организаций, а также разовое финансирование, связанное с реализацией отдельных проектов, программ. Государственное финансирование имеет значительные объемы и связано с длительностью и сложностью процессов получения бюджетных средств, а также с большой работой по сбору информации для обоснования необходимости финансовой поддержки.

Например, в целях обеспечения в 2010 году государственной поддержки некоммерческих неправительственных организаций, участвующих в развитии институтов гражданского общества было выделено средств 1 млрд. рублей на проведение конкурсов и грантов некоммерческим неправительственным организациям для реализации социально значимых проектов.

Борьба за ресурсы для некоммерческих организаций обостряется. В последние годы, начиная с конца 2008 года, произошло значительное снижение финансирования НКО со стороны иностранных доноров, а объемы местных источников ресурсов пока не столь значительны. Некоммерческие организации, как и любые другие, не могут работать эффективно и быть устойчивыми при недостаточном объеме ресурсов. Но только немногие обращают внимание на развитие основного конкурентного преимущества, которое позволит НКО стать привлекательными для источников ресурсов.

В применении к некоммерческим организациям (НКО) само понятие «конкуренции» может показаться неуместным и более присущим коммерческим организациям. Более привычным и популярным является партнерство в среде НКО. Однако история и развитие ситуации на рынке НКО показывает, что конкуренция есть, была и будет. Но конкуренции должна быть добросовестной и к ней надо быть готовым.

У конкурентной среды НКО есть, как минимум, два направления. С одной стороны - это конкуренция с другими НКО и коммерческими организациями в сфере оказания платных услуг населению. С другой стороны - конкуренция между НКО и другими организациями, претендующими на финансирование из внешних источников: фондов, грантораспределяющих организаций, коммерческих и государственных структур

Третья группа источников финансирования некоммерческих организаций объединяет доходы от собственной деятельности. К таковой могут относиться как основные (выставочная, образовательная, концертная деятельность и т.д.), так и дополнительные (коммерческая деятельность и др.) направления работы.

При анализе данной группы доходов важно четко проводить различие между поступлениями от некоммерческой и предпринимательской деятельности. Доходы от некоммерческой деятельности могут складываться из выручки от реализации билетов, проведения экскурсий и лекций, работы студий и кружков, предоставления фото- и видео услуг, выездных выставок и гастролей и т.д. В целом, они играют важную роль в бюджете некоммерческих организаций.

Так, например, в 2010 г. доходы от основной деятельности некоммерческих организаций составили 12,5 млрд. руб., или 5,8% от общих финансовых поступлений⁹⁵. На уровне отдельной некоммерческой организации подобные доходы не превышают 30%.

Наряду с основной деятельностью некоммерческие организации много внимания уделяют развитию предпринимательских направлений работы. Коммерческая деятельность организаций сводится к реализации сувенирной продукции, предоставлению платных услуг мастерских, ателье, а также к работе кафе, ресторанов, видеоцентров, автомобильных стоянок и т.д. В развитии коммерческой деятельности некоммерческих организаций можно выделить следующие тенденции.

Во-первых, с 2000 года большую популярность в некоммерческой сфере получили такие виды предпринимательской деятельности, как лотереи, конкурсы и аукционы. Возможности получения доходов от таких мероприятий очень высоки и зависят от масштабов их проведения. Призами в лотереях и конкурсах, а также предметами аукционов могут выступать не только материальные блага, но и услуги, права. В этом случае на конкурс или аукцион выставляется, например, право посещения какого-либо мероприятия, встреча с культурным деятелем и т.д. Несмотря на привлекательность подобной деятельности она требует серьезных затрат, прежде всего, на рекламу, развитие связей с общественностью и т.д. В силу этого некоммерческие организации в большинстве случаев стремятся заручиться поддержкой муниципальных органов власти или коммерческих структур, а также привлечь для участия влиятельных и известных лиц.

⁹⁵ ЦИРКОН приняли участие в XII Международной научной конференции. <http://www.zircon.ru/>

Во-вторых, некоммерческие организации предпочитают юридически разграничивать некоммерческую и предпринимательскую деятельность. Это можно объяснить тем, что объемы предпринимательских поступлений некоммерческих организаций, ограничиваются со стороны муниципальных органов власти. Подобное разделение деятельности достигается двумя способами.

Первый, для ведения предпринимательской деятельности при некоммерческой организации создается отдельное предприятие, контрольный пакет акций которого принадлежит некоммерческой организации.

Второй, некоммерческая организация предоставляет свои площади, торговые марки и другие права компаниям, занимающимся коммерческой деятельностью, а те, в свою очередь, отчисляют от полученной прибыли определенный процент.

Множество общественных организаций, действующих сегодня в России, можно классифицировать по разным основаниям, в т.ч. и по содержанию (роду, виду, сфере, направлениям и т.п.) деятельности. При этом определить «деятельностный» профиль организации однозначно довольно трудно.

Для получения более полной картины о содержательной стороне деятельности НКО целесообразно проанализировать то, в каких сферах действуют некоммерческие организации, на какие виды работ и услуг они ориентированы, и кто является объектом их деятельности.

Данное исследование важно для большего понимания экономического значения деятельности НКО. Деятельность НКО разделяется на два сектора: полученный доход от деятельности и созданное общественное благо, которое сложно выделить в виде материального актива. Изначально необходимо определить на какой социальный аспект в обществе воздействует данная деятельность НКО, а затем необходимо произвести опрос социума на предмет необходимости полученного блага.

Судя по данным анализа, российский третий сектор отличается довольно большим разнообразием с точки зрения сфер и видов деятельности НКО.

Доминирующей для некоммерческих организаций, подававших заявки на государственную поддержку, является образовательная, а также научно-исследовательская деятельность. Ею занимается практически половина НКО (46%), сведения о которых содержатся в базе данных. Приоритет образования в деятельности НКО отмечался и в ходе более ранних исследований. Так, по данным региональных опросов представителей НКО, проведенных разными группами исследователей в 2005 и 2008 гг., организации, занимающиеся образовательной деятельностью, неизменно лидировали в составе некоммерческого сектора. При этом образовательная деятельность чаще всего пересекается с работой просветительского, творческого и молодежного профиля.

Еще три важных сегмента деятельности НКО сегодня – обеспечение аналитической информацией и оказание консультационных услуг, издательская, рекламная и информационная деятельность, а также социальная работа и воспитание, которыми занимаются около трети российских НКО (26-32%).

Обратим внимание на виды деятельности, которые НКО освоили пока довольно слабо (доли организаций, ими занимающихся, составляют 1-2%). Это: работа с представителями так называемыми «групп риска» (наркоманами, алкоголиками), работа с детьми-сиротами и профилактика безнадзорности, поддержка сельского хозяйства, а также борьба за мир и помощь в урегулировании межнациональных конфликтов.

Между тем, эти проблемы являются сегодня одними из самых серьезных «болевых точек» нашего общества и уже получили актуализацию в государственной политике, в том числе, в рамках приоритетных национальных проектов, специализированных программ, отдельных законодательных инициатив. По всей видимости, можно в ближайшей перспективе ожидать переориентации на эти виды деятельности и части отечественных НКО.

Таблица 1.

Распределение некоторых видов деятельности НКО по федеральным округам

Показатели	ВСЕ ГО	Местоположение							
		ЦФО	СЗФО	ЮФО	ПФО	УФО	СФО	ДФО	Москва
Социальная работа и воспитание	29	29	37	27	31	24	32	28	22
Проведение научных исследований и повышение образования	46	38	50	47	45	46	47	56	47
Благотворительная и гуманитарная помощь	17	18	15	22	16	14	16	16	19
Содействие развитию предпринимательства	13	11	14	8	15	16	12	22	12

Источник: Чирикова, А.И. НКО, власть и бизнес: трудности сохраняются, но диалог развивается, информационно-аналитический портал / А.И. Чирикова // Соцполитика. - 2010. - № 2. - С.15-20.

Из таблицы 1 видно, что распределение основных видов деятельности в целом равномерно, различные направления их работы примерно в равной степени представлены во всех федеральных округах. В то же время, есть несколько видов деятельности НКО, в которых есть некоторые территориальные различия. В частности, на Дальнем Востоке несколько выше доля НКО, занимающихся образовательной и научно-исследовательской деятельностью, а также содействием развитию экономики и предпринимательства. В Северо-Западном ФО несколько чаще по сравнению с остальными ФО распространены НКО, ориентированные на выполнение социальной работы и воспитание детей, а в Южном ФО - на оказание благотворительной, гуманитарной помощи.

Официальная статистика свидетельствует, что за период с 2000 г. по 2009 г суммарные доходы сектора НКО в РФ выросли в 6,1 раза (с 72 млрд. руб. до 440 млрд. руб.).⁹⁶

⁹⁶ Росстат, оперативная информация, государство и общественные организации. <http://www.gks.ru>

Судя по данным Росстата, основным источником доходов российских НКО являются различные взносы, пожертвования, безвозмездные поступления. В 2009 году их доля составила 72,6% в общей сумме денежных поступлений организаций, причем на протяжении с 2000 года по 2008 год она имеет выраженную тенденцию к росту. По сравнению с 2000 г. ее рост составил 8,3% (см. табл. 2.).

Таблица 2.

Динамика основных источников поступления денежных средств НКО

Показатели	2000	2005	2009
Членские, вступительные, добровольные взносы и пожертвования, безвозмездные поступления от вышестоящей организации, учредителей	63,3	66,9	72,6
в том числе (в % от всех взносов, пожертвований и т.п.):			
из-за границы	10,1	8,1	4,0
от населения	8,3	21,4	20,2
от вышестоящей организации		31,3	13,5
Поступления из бюджета и государственных внебюджетных фондов	1,3	2,1	2,4
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг	10,6	7,7	4,7
Выручка от реализации основных средств	0,5	0,5	0,3
Выручка от продажи акций, облигаций и др. ценных бумаг	0,1	0,6	0,2
Выручка от продажи прочего имущества	0	0,7	0
Доходы от долевого участия в деятельности других организаций	0,2	0,6	0,1
Доходы от сдачи основных средств в аренду	0,3	1,1	0,4
Проценты по вкладам	0,1	0,2	0,2
Дивиденды и проценты по ценным бумагам	0,1	0,2	0
Кредиты, займы	2,9	2,2	1,1
Авансы, полученные от покупателей и заказчиков	0	0,2	1,6
Прочие поступления	20,7	15,1	4,5

Источник: Исследовательская группа «Циркон» <http://www.zircon.ru/russian/publication/>

Высокая доля безвозмездных пожертвований, образующих финансовую базу НКО, может говорить как о щедрости членов НКО и их благотворителей, так и о трудностях иного финансирования НКО. На наш взгляд, это во многом свидетельствует о финансовой неустойчивости, нестабильности положения сектора в целом.

Отметим, что роль взносов и пожертвований зарубежного происхождения в формировании бюджетов российских НКО постепенно снижается. Если в 2000 г. их доля составляла 10,1% от всей суммы доходов НКО по линии «взносы и пожертвования», то к 2005г. она снизилась до 8,1%, а в 2009 года достигла уровня 4%. Это связано с кризисом 2008 года, а так же отпала потребность в сборе информации по социально-экономическим на-

правлениям развития России. Напротив, положительной динамикой характеризуется поступление средств от российского населения - за 5 лет с 2000 по 2005 годы их доля выросла втрое и составила четверть данной статьи доходов (25,2%). Однако поступления от населения в 2009 году снизились до 20%, что также связано с кризисной ситуацией в стране.

Наконец, еще один важный источник формирования самой большой статьи доходов НКО - безвозмездные поступления от вышестоящих организаций, учредителей. Они играли весьма заметную роль в бюджете НКО 2003 г. (тогда их доля составила 31,3%), однако в прошлом году их вклад был существенно, более чем в 4 раза, ниже (7,5%).

Весьма драматично складывается в последние годы роль такого источника доходов НКО как выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг. По сравнению с 2000 г. его доля в структуре денежных поступлений заметно снизилась (с 10,6 до 4,7%). Одновременно с этим наблюдается активная реструктуризация этой статьи доходов. Заметим, что для зарубежных НКО экономическая деятельность является одним из главных источников дохода: в США доходы НКО от экономической деятельности составляют 56,6%, в странах Восточной и Центральной Европы – 45 - 55%.⁹⁷

Активно растет доля выручки НКО от услуг в сфере здравоохранения, физической культуры и спорта (с 2,9% в 2000 г. до 9,3% в 2005 и 14,1% в 2009 г.). Доля выручки от услуг в сфере образования бурно росла до 2003 г., достигнув 39%, к настоящему времени ее роль заметно снизилась (до 15,5%). Наконец, услуги «по религиозной линии», напротив, демонстрируют тенденцию к росту своей доли (от 11,3% в 2001 г до 20,3% 2009 г.) (табл. 3.).

Таблица 3.

Динамика основных составляющих выручки НКО от продажи товаров, продукции, работ, услуг.

Показатели	2005	2009
культуры и искусства	2,1	2,1
лечебные услуги, проведение профилактических и оздоровительных мероприятий, медицинские консультации, услуги по уходу за больными, санитарно - эпидемиологические и другие услуги в области здравоохранения, физической культуры и спорта	9,3	14,1
образования	39,0	15,5
туристические	0,1	0,2
услуги, связанные с проведением религиозных обрядов, церемоний, совершением богослужений, обучением религии и религиозным воспитанием	3,4	20,3
услуги по уходу за престарелыми, инвалидами, сиротами, предоставление консультаций беженцам и другие социальные услуги	0,4	0,6
прочие услуги	25,8	41,1

Источник: Исследовательская группа «Циркон» Динамика развития сектора в 2009 году http://www.zircon.ru/russian/publication/5_2.htm

⁹⁷ Роль некоммерческого сектора в экономическом развитии России (Фонд «Институт экономики города»). 2004. Со ссылкой на John Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project.

Эти изменения, по всей видимости, свидетельствуют о смене приоритетов в деятельности НКО и в перспективе вполне могут привести к заметным подвижкам в структуре основных видов, сфер и объектов деятельности российского третьего сектора.

Динамика расходной части бюджета третьего сектора также характеризуется весьма заметными изменениями, прежде всего, в структуре текущих расходов, составлявших за период с 2000-2009 гг. в среднем около 80% всех направленных средств НКО.

Обращают на себя внимание высокие темпы роста расходов НКО на социальную и благотворительную помощь – если в 2005 году они составляли только 12,6% текущих расходов сектора, то к 2009 году их доля выросла более чем вдвое и достигла 33,5%. Внутри данной статьи также идут изменения - снижается доля средств, направляемых на оказание помощи физическим лицам (с 28,5% до 17%). Иначе говоря, НКО постепенно переориентируются в своей благотворительной деятельности на более «технологичный» вид помощи – структурам и организациям, а не отдельным людям.

Поступательный рост характерен также для расходов на оплату услуг сторонних организаций (с 8% до 16% за 5 лет), что является свидетельством активного освоения некоммерческими организациями практики аутсорсинга. Тенденция передачи некоммерческими организациями части работ сторонним организациям подтверждается и сокращением доли расходов на материальные оборотные активы (сырье, полуфабрикаты, комплектующие изделия), необходимые для самостоятельного осуществления работ и услуг (с 25,4% до 6,4%). Можно предположить, что часть НКО становится, таким образом лишь аккумуляторами финансовых средств, а собственно финансируемая деятельность осуществляется другими контрагентами.

Анализ аналитических данных позволил выяснить масштабы включенности российских НКО в финансовые потоки, идущие в третий сектор из различных источников.

Включенность НКО в те или иные финансовые потоки имеет некоторую территориальную специфику (см.рис. 1).

Так, зарубежные организации как источник доходов чаще всего называются представителями дальневосточных НКО, где за их счет существует почти каждая четвертая некоммерческая организация (23%). Велико значение этого источника доходов и для НКО Южного и Северо-Западного федеральных округов (15-17%). В Москве, Центральном и Уральском ФО роль зарубежных организаций в поддержке НКО самая низкая (5-7% НКО). Напротив, Москва, где сконцентрированы организации с самыми высокими показателями членства как отдельных граждан, так и юридических лиц, отличается самой высокой долей организаций, живущих за счет членских взносов (17%). К этому показателю приближается и Уральский ФО (15%). Кроме того, Москва отличается и самой высокой долей НКО, живущих в основном за счет собственной хозяйственной деятельности (21%). Го-

сударственной финансовой поддержкой чаще всего пользуются НКО Сибирского и Приволжского округов (26-29%).



Рис. 1. Источники доходов НКО по федеральным округам ⁹⁸

Опора на те или иные источники финансирования во многом определяет характер и приоритетные направления деятельности НКО. Хотя вне зависимости от источника финансирования, наиболее распространенным видом деятельности НКО является образовательная, научно-исследовательская и информационная деятельность, тем не менее есть и свои специфика использования тех или иных источников дохода. В частности, организации, поддерживаемые государственными, муниципальными бюджетами и внебюджетными фондами, чуть чаще других реализуют программы, направленные на работу с молодежью, организацию досуга, массовых мероприятий, развитие культуры. Приоритетные виды деятельности НКО, получающих средства из-за рубежа - образовательная и научно-исследовательская деятельность, издательство и реклама, правозащитная, информационная, консультационная деятельность, а также работа по поддержке собственно самого третьего сектора - «помощь другим НКО». В профиле деятельности НКО, которые живут в основном на средства коммерческих организаций, выделяется благотворительная, гуманитарная помощь, деятельность в сфере здравоохранения, а также содействие развитию системы местного самоуправления. За счет членских взносов чаще других ведется работа по оказанию правовой помощи, содействию развитию бизнеса и предпринимательства. Наконец, собственная хозяйственная деятельность НКО чаще, нежели другие источники финансирования, позволяет им заниматься издательством и рекламой, а также сертифицированием и экспертизой.

⁹⁸ Росстат, оперативная информация, государство и общественные организации. <http://www.gks.ru>

Соответственно, отражается характер финансирования НКО и на том, какие социальные слои и группы, организации они выбирают в качестве основных объектов своей деятельности.

Так, в деятельности организаций, финансируемых из-за рубежа, явно выражен вектор на развитие собственно третьего сектора (работу с НКО и общественностью, органами государственной власти, институтами гражданского общества и местного самоуправления), на преодоление дискриминационных ограничений (работу с группами, разделенными по полу, возрасту и др. признакам, поддержку представителей отдельных национальностей, землячеств), а также решение проблем конкретных людей, попавших в трудные жизненные ситуации, и деятельность по линии «человек-природа». Бизнес чаще других поддерживает НКО, работающие с социально уязвимыми категориями населения, инвалидами, детьми-сиротами. Финансирование за счет членских взносов чаще определяет работу НКО с учебными заведениями, учащимися, научными работниками, а также гражданами, нуждающимися в юридической помощи. Опора на собственную хозяйственную деятельность НКО чаще, чем другие виды финансирования, обуславливает работу организаций с бизнесом, предпринимателями, финансами. Государственная же поддержка НКО чаще предполагает акцент на работе с детьми, молодежью, молодежными организациями, творческой интеллигенцией, спортсменами, а также силовыми структурами и военнослужащими.

Таким образом, в заключении еще раз отметим, что некоммерческие организации отличаются высокой диверсификацией источников финансирования. Некоммерческие цели хозяйствования требуют от них не только разработки собственных доходных направлений деятельности, но и привлечения внешних источников финансирования со стороны государства, населения и частного сектора.

Динамика доли НКО в общем объеме валового внутреннего продукта страны за период реформ была весьма неоднозначна. До 1998 г. стоимостная оценка услуг сектора НКО имела тенденцию к увеличению. По ряду оценок, в 1998 г. - накануне дефолта - он составлял 2% ВВП. В результате финансового кризиса 2008 г. объем услуг, предоставляемых некоммерческими организациями, в неизменных ценах сократился почти в 2 раза. Посткризисное восстановление сектора происходит медленнее, чем в других сферах экономики.

Роль переоценки основных фондов промышленных предприятий в модернизации экономики РФ

Своевременная переоценка основных средств предприятия является крайне важной процедурой. Благодаря переоценке появляется возможность установить действительную стоимость основных активов предприятия относительно состояния рынка на текущий момент. В случае пренебрежения данным процессом возрастает риск снижения рентабельности предприятия.

В данный момент по всей стране наблюдается следующая ситуация: основные фонды, которые имеются на предприятиях, были созданы в 1980-е гг., и за 30 лет прироста и качественного изменения производственного и научно-технического потенциала не произошло.

Система учета основных фондов посредством периодической оценки, существовавшая до 1998 г., практически уничтожена. Это связано с некоторыми обстоятельствами. Во-первых, ежегодные индексационные переоценки основных фондов, которые осуществлялись с 1992 г., в условиях инфляции не обеспечивали единого ценового измерения производимой продукции и задействованных при этом основных средств⁹⁹. Это привело к тому, что стоимость основных фондов с 1992 по 1997 гг. росла почти в два раза быстрее объемов производства¹⁰⁰. Во-вторых, после приватизации практически все организации оказались в частной собственности, и проведение переоценки перешло в руки руководителей предприятий, а это, в свою очередь, осложняло получение информации о реальной оценке состояния основных средств.

В конце 1990-х гг. учеными-экономистами была предложена новая модель проведения переоценки основных фондов, которая состояла из трех этапов: 1. Инвентаризация наличия основных средств; 2. Переоценка основных средств; 3. Перепись функционирующих и неработающих фондов с последующим выводом последних из хозяйственного оборота.

Что касается третьего этапа, то существуют различные способы вывода неработающих фондов из хозяйственного оборота, но наиболее эффективным является их консервация с возможностью вывода из налогооблагаемой и амортизационной базы и с возможностью возврата неработающих основных средств в хозяйственный оборот при возникновении благоприятных условий для производства¹⁰¹. Предприятиям необходимо избавляться от устаревшего оборудования для повышения эффективности производства.

⁹⁹ Каменецкий М.И., Костецкий Н.Ф. Инвентаризация и переоценка производственных фондов—основа модернизации реального сектора российской экономики // Экономика строительства. – 2010 - №4 С.17-22

¹⁰⁰ www.gks.ru – Федеральная служба государственной статистики

¹⁰¹ Будякова М. В. Проблемы и перспективы совершенствования амортизационной политики //

Данный вопрос является актуальным и важным, так как он затрагивает экономические интересы не только самих предприятий, но и региональных и федеральных государственных властей.

Рассмотрим пользу переоценки для предприятий. Прежде всего, предприятие заинтересовано в том, чтобы объемы начисляемой амортизации были высокими, потому что амортизация не облагается налогом и является важнейшим источником обновления научно-технической и производственной базы. Но также нельзя забывать о прибыли. Ведь, чем больше остается прибыли, тем лучше для предприятия. Но в отличие от амортизации прибыль облагается налогом, и налог возрастает по мере увеличения размера прибыли. В свою очередь, увеличению оставшейся у предприятия прибыли способствует уменьшение налога на имущество в связи с сокращением объемов основных средств. Все это создает благоприятные условия для совершенствования и развития производства.

Обращаясь к выгодам региональной власти, следует помнить о следующем: большая часть налога на прибыль, как известно, остается в регионах. Соответственно, важно, чтобы снижение налога на имущество компенсировалось увеличением поступлений за счет налогов, взимаемых с прибыли. Нельзя забывать о том, что и Федеральный бюджет будет пополняться тем больше, чем выше будет величина налога на прибыль. Таким образом, при определенных условиях законсервированное имущество может стать важнейшим ресурсом инвестиционной деятельности¹⁰².

В результате, все предлагаемые меры могли бы способствовать прекращению разрушения производственной базы национальной экономики. Ситуация, сложившаяся в реальном секторе российской экономики, свидетельствует о том, что проведение переоценки основных фондов должно проводиться под контролем государства, при этом оставляя право осуществления процесса переоценки у руководителей предприятий. К сожалению, приходится констатировать, что осуществить модернизацию экономики в целом и основных фондов в частности, а также произвести инновационное обновление производственного потенциала без проведения инвентаризации, переоценки, переписи основных средств будет практически невозможно.

Список литературы

1. Будякова М. В. Проблемы и перспективы совершенствования амортизационной политики // Вестник Таганрогского института управления и экономики – 2010 - №2 – С.39-45.
2. Каменецкий М.И., Костецкий Н.Ф. Инвентаризация и переоценка производственных фондов–основа модернизации реального сектора российской экономики // Экономика строительства. – 2010 - №4 – С.17-22.
3. Тарелкин А. А. Влияние стоимостной оценок основных фондов на формирование инвестиционной привлекательности предприятия // Креативная экономика – 2011 - №3 – 17-24 стр.
4. www.gks.ru – Федеральная служба государственной статистики

Вестник Таганрогского института управления и экономики – 2010 - №2 – 39-45 стр.

¹⁰² Тарелкин А. А. Влияние стоимостной оценок основных фондов на формирование инвестиционной привлекательности предприятия // Креативная экономика – 2011 - №3 – С.17-24.

Особенности стратегического управления в образовательных учреждениях в условиях конкуренции

Проблемы образования всегда занимали ключевые позиции в процессе формирования общественного сознания. Современное состояние экономики страны диктует образовательным учреждениям новый уровень предоставления услуг. С одной стороны, он определяется преградами, не позволяющими вузу в полной мере реализовывать накопленный потенциал. К их числу относятся недофинансирование многих статей бюджета и, как следствие, значительный отток из вузов высококвалифицированных кадров в другие сферы деятельности; снижение потребности в дипломированных специалистах со стороны предприятий, находящихся в глубоком кризисе; уменьшение объемов заказов на разработку вузами научно-технической и научно-методической продукции; снижение объемов как фундаментальных, так и прикладных научных исследований.

Но есть, и в данном случае более светлая, обратная сторона “медали”. Она заключается в том, что реформирование общественного сознания позволило вузам закрепить за собой дополнительные полномочия и возможности, например, установление прямых международных контактов; выбор заказчиков на разработку научно-технической и научно-методической продукции; открытие новых направлений (специальностей) обучения; разработка учебных программ и т.д.

В обозначенных выше условиях наблюдается всестороннее формирование рынка образовательных услуг, под которым понимается общественный институт, сводящий вместе образовательное учреждение и потребителя для оказания и получения образовательной услуги. При этом специфичность образовательных услуг определяет ряд обстоятельств.

Определение рынка образовательных услуг делает необходимым конкретизацию участников рыночных отношений. Субъектами рыночных отношений могут выступать физические и юридические лица.

Образовательные услуги являются предметом сделки между непосредственно вузом и, с другой стороны, отдельными личностями, предприятиями и организациями, широкими кругами посредников (включая службы занятости, биржи труда, органы регистрации, лицензирования и аккредитации образовательных учреждений и др.), а также общественными институтами и структурами, причастными к продвижению образовательных услуг на рынке.

Образовательные учреждения выступают в роли субъектов, формирующих предложения, оказывающих (или продающих) образовательные услуги. При этом сами образовательные услуги могут быть нескольких типов - они либо полностью, либо частично финансируются государством, или же такая поддержка отсутствует. В последнем случае услуга оплачивается из

внебюджетных средств образовательных учреждений.

Если рассматривать услуги, предоставляемые вузом, как рыночный товар, то мы с полным основанием можем говорить о конечных потребителях данного товара только в отношении тех, кто этот товар покупает за деньги. Или, другими словами, потребитель образовательных услуг – это человек, обучающийся только на платной основе по заключенному с вузом договору. При этом вуз и физическое лицо вступают в определенные юридические отношения, любые споры по которым могут решаться даже и в судебном порядке. Другое дело – традиционное, бесплатное образование. Студент-бюджетник не является в полной мере потребителем предлагаемых услуг, поскольку не затратил на их получение денежные средства. Однако, при подобной системе, финансирование подготовки специалиста берет на себя государство. Таким образом, происходит процесс переложения бремени оплаты, что констатирует лишь включение в рыночные отношения дополнительного участника в лице государства.

Государство в сфере образования призвано выполнять достаточно специфические функции, по существу не выполнимые другими субъектами в полном масштабе. Оно (как и во всем мире) финансирует образование, применяет налоговые льготы и иные формы регулирования рынка с целью обеспечения развития приоритетных специальностей, форм и методов подготовки специалистов, развития образования в целом, осуществляет лицензирование, аттестацию, иными способами обеспечивает и гарантирует качество образовательных услуг.

И платные, и условно бесплатные услуги в самых общих чертах имеют собственные и сравнительные достоинства и недостатки. Основным недостатком бесплатного образования является полная зависимость от политической и экономической ситуации в стране. Возможно, шлифовка временем и платной, и условно бесплатной формы обучения приведет к некоторому компромиссу, и будет разработана новая схема предоставления образовательных услуг, например, страховое образование, представляющее собой нечто среднее между этими двумя формами.

Под конкурентоспособностью образовательной услуги в самом общем виде понимается степень ее привлекательности на потребительском рынке. При этом не следует забывать, что требования потребительского рынка могут складываться при различных условиях [1]. В одном случае выбор в пользу предлагаемой услуги диктуется модой времени. В других – стимулом для формирования повышенного спроса на определенные услуги является имидж образовательного учреждения. Конкурентоспособность услуги связана не с ее отличными характеристиками как таковыми, а с ее привлекательностью для делающих выбор клиентов.

Можно выделить следующие показатели качества образовательных услуг [2]:

- удельный вес штатных преподавателей (в % к общему количеству преподавателей, обеспечивающих данную образовательную программу);
- обеспеченность учебно-лабораторными площадями (m^2 на одного обу-

чаемого);

- обеспеченность учебно-методической литературой (количество печатных листов на одного обучаемого);

- компьютерная вооруженность учебного процесса (количество часов машинного времени на одного обучаемого);

- степень индивидуальности обучения (количество ставок ППС на одного обучаемого);

- наличие специальных курсов и сопутствующих образовательных услуг (в академических часах).

Альтернативным показателем, позволяющим сравнить конкурентоспособность услуг, является потребительская ценность услуги – максимальная цена, которую потребитель считает для себя выгодным заплатить за данную услугу. С этим понятием неразрывно связан запас конкурентоспособности услуги – разность между потребительской ценностью услуги и той ценой, за которую она была реально приобретена. Тогда, чем больше окажется величина разности между потребительской ценностью и ценой услуги, тем выгоднее для потребителя будет сделка и, следовательно, сильнее стремление получить услугу. Таким образом, конкурентоспособность услуги пропорциональна неоплаченной (или доставшейся потребителю даром) части потребительской ценности услуги.

Что именно предпочтет образовательное учреждение – получить более высокую прибыль или увеличить запас конкурентоспособности – зависит от конкретной ситуации на рынке.

Поскольку любое образовательное учреждение – это многопрофильная организация по оказанию образовательных услуг, то в рамках определенного региона отдельно взятый вуз может оказаться единственным по оказанию какой-то образовательной услуги. С другой стороны, сразу несколько вузов могут предлагать образовательные услуги по одним и тем же специальностям. Из этого следует, что образовательные учреждения могут одновременно обладать 100%-ной долей рынка образовательных услуг по каким-то одним специальностям, значительной долей рынка по другим специальностям и незначительной долей рынка в целом, если брать во внимание весь рынок образовательных услуг безотносительно к специальностям. То есть по величине доли рынка реальная рыночная структура образовательной сферы обладает чертами таких типовых рыночных структур, как чистая монополия, монополистическая конкуренция и олигополия.

Анализ системы высшего образования в Саратовской области дает право на предположение об олигополистическом типе конкуренции в среде высших учебных заведений. Можно четко выделить уровни конкуренции. Это, во-первых, конкуренция среди вузов области; во-вторых, местные вузы конкурируют с вузами соседних регионов и областей; в-третьих, незначительно обозначается давление со стороны зарубежных и столичных вузов. Наиболее высокой степенью интенсивности конкуренции в сфере образовательных услуг обладает рынок, предложения которого формируют региональные вузы. За потенциального абитуриента борьбу ведут несколько

крупных (по меркам региона) высших учебных заведений – классический государственный, технический, социально-экономический университеты. Они контролируют значительную часть рынка. Каждое из учреждений ведет самостоятельную рыночную политику, но при этом все они зависят друг от друга и вынуждены учитывать стратегию конкурентов.

Конкуренция среди образовательных учреждений – нормальное состояние, вызванное действием рыночных механизмов. Способность к конкурентной борьбе обеспечивается целым рядом факторов. К ним относятся следующие:

- Разнообразие ассортимента предлагаемых услуг.
- Наличие пользующейся спросом образовательной услуги.
- Привлекательные цены.
- Привлекательные программы по реализации услуги.
- Дополнительный сервис.
- Рекламная деятельность.

Приведенные выше факторы обеспечения конкурентоспособности образовательного учреждения определяют необходимость разработки его конкурентных стратегий.

При разработке стратегии наиболее важны три момента. Это, во-первых, выбор направления. Не обязательна строго расписанная, детализированная программа. Но четкое определение направления движения является обязательным атрибутом стратегической ориентации учреждения. Во-вторых, сбор информации, позволяющей учитывать происходящие изменения во внешней среде, особенности рынка, действия конкурентов. В-третьих, гибкость, то есть способность реагировать на внешние изменения, использовать появляющиеся благоприятные возможности, заранее предотвращать угрозу срывов. Стратегия в этом случае не является застывшей, неизменной, устойчивой, но активно приспосабливается к намечающимся сдвигам, впитывает в себя новые тенденции.

В самом общем виде конкурентные стратегии можно определить как ценовые и неценовые. При ценовой стратегии производитель сознательно идет на снижение цен на свои услуги. В этом случае либо используется преимущество более низких издержек, связанных с предоставлением услуг, либо сознательно теряется прибыль для того, чтобы закрепить за собой большую долю рынка. В настоящее время позиция следования открытой ценовой стратегии неэффективна по многим показателям. В первую очередь в этом не заинтересованы сами вузы. Неценовая стратегия характеризуется тем, что основными факторами в конкурентной борьбе становится не цена услуги, а ее качество, дополнительный сервис, репутация, имидж образовательного учреждения. Одновременно под видом неценовой может идти и скрытая ценовая конкуренция, если повышение качества и улучшение потребительских свойств новых услуг происходит быстрее, чем растет их цена.

Выбор конкурентной стратегии зависит от внутренних свойств образовательного учреждения. Прежде всего, от его размеров. В зависимости от количества обучающихся студентов, количества предоставляемых услуг ву-

зы могут быть крупными, средними и мелкими.

Также выбор стратегии определяется положением, потенциалом и традициями деятельности учреждения на рынке, спецификой продукции, конъюнктурой рынка. Многое зависит от структуры и методов управления учреждением, от личности руководителя и лиц, причастных к управлению.

Обострение конкуренции, являющееся естественным следствием развития рыночной экономики, диктует необходимость поиска инструментария повышения конкурентоспособности образовательного учреждения.

Один из первых отечественных исследователей образовательного маркетинга дает определение образовательной услуги как "комплекса учебной и научной информации, передаваемой гражданину в виде суммы знаний образовательного и специального характера, а также практических навыков для последующего применения" [3]. Согласно другому мнению образовательные услуги создаются в процессе научно-педагогического труда, являющегося в свою очередь разновидностью научного труда.

Образовательные услуги имеют характерные общие черты, отличающие их от товаров [4]. Как и все услуги, они:

- неосвязаемы (не имеют физической формы, веса, объема);
- неотделимы от потребителя (носят индивидуальный характер потребления, их нельзя отделить от источника; преподаватель не может предоставить услугу, если нет студентов);
- несохраняемы (их невозможно накапливать и перевозить; создать запас, складировать и хранить образовательные услуги реально невозможно);
- учебно-методические материалы, книги, учебники, монографии, словари
- это кодировка основных положений, мнений и намерений.

В заключение следует отметить, что проблемы обеспечения конкурентоспособности образовательных учреждений и выбор стратегии их деятельности в условиях региональной конкуренции — жизненно важный вопрос не только в рамках отдельно взятого вуза, но и для региона в целом.

Список литературы

1. Поддяков А.Н. Психология конкуренции в обучении. М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2006. – 267 с.
2. Стрижов А.М. Понятие качества образовательной услуги в условиях рыночных отношений // Стандарты и мониторинг в образовании. М.: 2004. - №3. – с. 44-49.
3. Шевченко Д. Маркетинговые исследования на рынке образования // Высшее образование в России. - 2003. -№ 5. – с. 17-22.
4. Шилькова В.В. Структура рынка образовательных услуг и стратегия развития вуза / - 2004. - № 1. – с. 22-29.

Глобализация – воздействие на экономику России

Важнейшей тенденцией современного мира, является глобализация всех экономических и политических процессов, противостоять которой сейчас не в силах ни одно национальное государство. В конце XX в. перед мировым сообществом со всей очевидностью встала задача эффективной координации всех глобальных процессов - глобальной экономики, глобальной экологии, политической структуры мирового сообщества, проблем бедности и богатства, войны и мира, прав человека и суверенитета национальных государств. То есть глобализация становится доминирующим фактором цивилизационного развития мира.

Как известно глобализация является процессом, в рамках которого между структурами национального производства и финансов устанавливается взаимозависимость, обусловленная увеличением числа внешних сделок. В результате происходит новое международное разделение труда, при котором создание национальных богатств все более зависит от экономических субъектов других стран. Движущей силой глобализации является стремление государств к либерализации торговли, рынков капитала, укреплению международного характера производства и стратегии распределения продукции. Этому способствует также активное распространение новых технологий, устраняющих барьеры в перемещении товаров, услуг и капиталов.

Большее влияние глобализация оказывает на страны с нестабильной и переходной экономикой, поскольку из-за несовершенства законодательных аспектов, отсутствия продуманных стратегий их экономика поставлена в большую зависимость от мировых рынков.

Процессы глобализации непосредственно затрагивают национальную экономическую политику любого из государств, ограничивая тем самым их возможности. Международная экономика, оказывающая все большее влияние на положение отдельных стран, находится вне юрисдикции национальных правительств, министерств, центральных банков и их экономической политики. Поэтому обычные средства этой политики (в денежно-кредитной, бюджетной, налоговой сфере, даже сфере трудового или антимонопольного законодательства) действуют ныне в ослабленной форме, а то и вовсе не работают или приводят совсем не к тем результатам, на которые рассчитаны. Международные факторы снижают эффективность государственных решений и мер, осуществляемых в национальных рамках. Чем шире и глубже разворачиваются процессы глобализации, тем сильнее ощущается это противоречие.

Отсюда объективная необходимость координации экономической политики отдельных стран, в том числе и России. Международная

экономика, которая становится все более «единой и неделимой», требует единой или во всяком случае согласованной (в большей или меньшей мере) экономической политики. Современная рыночная экономика невозможна без многообразных мер государственного регулирования (с применением экономических и административных рычагов). Однако на основе многолетнего и во многом негативного опыта мир уже усвоил, что несогласованность и хаос в регулировании, при котором каждая страна преследует лишь свои узкие национальные, а точнее сказать эгоистические интересы, в конечном счете наносят ущерб всем.

С началом рыночных преобразований, Россия предприняла ряд попыток включиться в мировые интеграционные процессы, что должно способствовать ускорению вхождения России в мировое сообщество на правах страны с рыночными отношениями. Однако существенным препятствием для интенсификации этого процесса является тяжелое посткризисное состояние российской экономики.

Успешное решение проблемы включения России в мировые интеграционные процессы будет в конечном счете зависеть от оздоровления экономики страны на путях ее структурной перестройки и перехода к рыночным условиям хозяйствования, а также от создания действенных законодательных, организационных, материальных и технических предпосылок для этого.

Необходимо осуществить полноценный подход России с глобальных позиций к участию в мировых вопросах, который должен стать основной частью национального интереса: полнокровное участие в работе международных многосторонних структур. Кроме того, необходимо активное участие России во всемирных по сфере своего проявления организациях, таких как: Международная Финансовая Корпорация, Международное агентство по гарантии инвестициям, Всемирная организация интеллектуальной собственности и региональные государственные образования (Европейский Союз, Европейская ассоциация свободной торговли, организация экономического сотрудничества и развития и др.).

Важным направлением постепенной интеграции России в мировую экономику может быть участие в многосторонних международных экономических проектах, число которых с участием России постоянно увеличивается.

Решение проблемы ускорения интеграции России в мировую экономику невозможно без решения ряда внутрироссийских задач, таких как:

- реструктуризация промышленности;
- осуществление налоговой реформы, которая бы позволила стабилизировать доходы государства, обеспечить стимулирование отечественного экспортоориентированного производства;
- обеспечение жесткого контроля над бюджетными расходами;
- обеспечение роста валютной составляющей доходов;
- осуществление гибкой таможенной политики.

На данный момент мировое сообщество в большей степени заинтересовано в России как торговом партнере. Происходит не интеграция нашего хо-

зяйства в мировую экономику на взаимовыгодной основе, а приспособление его к чужим потребностям.

Нынешняя система взаимодействия с мировым рынком ущербна для России. Глобализация дает больше возможностей нашим партнерам, нежели нам. Благодаря ей они компенсируют свои геополитические недостатки, в то время как Россия утрачивает свои сравнительные преимущества. Конечно, глобализация - объективный процесс, и его не остановить. Но он благоприятствует более развитым и сильным.

В заключении необходимо сказать, что Россия, как и другие страны мира, втягивается в процесс глобализации всем ходом мирового развития, и вопрос состоит в том, какую роль ей суждено в нём играть: сможет ли она воспользоваться его преимуществами для накопления капитала, приобщения к передовому экономическому, техническому и предпринимательскому опыту или же ей предстоит стать объектом эксплуатации со стороны более удачливых соперников. Для России в силу ряда исторических, политических и геоэкономических причин этот вопрос представляет собой особую остроту, и, для того чтобы избежать худшего из названных сценариев, ей необходимо принять энергичны усилия на всех направлениях экономической, налоговой, социальной и финансовой политики.

Анализ и классификация методик определения эффективности функционирования интегрированных промышленных структур

Эффективность – критерий относительный, и, применимо к группе предприятий, может включать в себя как показатели деятельности каждого из них, так и особенности и перспективы управления интегрированной структурой, уровень взаимодействия между предприятиями, входящими в объединение, перспективы их развития и прочие показатели. Единый подход к оценке эффективности интегрированных структур на сегодняшний день окончательно не сформировался. Однако в последние годы большое количество научных трудов посвящено решению данной проблемы. Наиболее значимые работы в указанном направлении принадлежат таким российским и зарубежным учёным, как Д.П. Нортон, Р.С. Каплан, М.И. Баканов, М.В. Мельник, А.Д. Шеремет, Г.Я. Киперман, Л.Е. Романова, Л.В. Давыдова, Г.В. Коршунова, М.Н. Кренина и др.¹⁰³

Можно выделить 3 группы методов оценки эффективности интеграции предприятий:

5. Количественные методы – анализ проводится на основании оценки количественных показателей и не включает в себя факторы, оказывающие влияние на качественные характеристики развития группы предприятий;

6. Качественные методы – основаны на оценке показателей качества производимой продукции и оказываемых услуг, уровня развития персонала и используемых технологий, то есть не затрагивают в анализе количественные показатели;

7. Комплексные методы – являются наиболее совершенными, поскольку сочетают в себе оценку количественных и качественных показателей развития интегрированных структур.

Эффективность интеграции может быть ориентирована на различные направления деятельности объединения:

1. Эффективность, основанная на расчёте трансакционных издержек. Внимание акцентируется на возможностях сокращения издержек путём налаживания внутрикорпоративных связей в соответствии с целями интеграции.

¹⁰³ Д.Нортон, Р.Каплан Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – Олимп Бизнес, 2010. – 320с.; Баканов М.И., Мельник М.В., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. Учебник / Под ред. М.И.Баканова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 536с.; Киперман Г.Я. Экономические показатели промышленных предприятий и объединений. – М.: Статистика, 1974; Романова Л.Е., Давыдова Л.В., Коршунова Г.В. Экономический анализ. – СПб.: Питер, 2011. – 336с.; Крейнина М.Н. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности акционерных обществ в промышленности, строительстве и торговле. – М.: АО «ДИС». – 1994. – 254с.

2. Выбор в качестве основополагающего принципа оценки возможности обеспечения долгосрочных конкурентных преимуществ.

3. Оценка, основанная на повышении согласованности между деятельностью руководства интегрированной структуры и его акционерами.

4. Направление, основанное на теории финансового менеджмента. Главная роль в данном случае принадлежит оценке синергетического эффекта, а также экономии, возникшей в результате устранения дублирования функций управления, роста масштабов производства и его диверсификации.

5. Оценка потенциала интеграции на основании развития системы взаимных связей внутри объединения, а также иных выгод, связанных с ростом масштабов производства и обмена ресурсами предприятий, входящих в его состав.

На сегодняшний день можно выделить несколько наиболее распространённых методик оценки эффективности хозяйственной деятельности предприятий и интегрированных структур:

1. Сбалансированная система показателей. Одной из наиболее «популярных» существующих систем оценки эффективности деятельности предприятий является методика анализа экономического развития организации Д.П.Нортон и Р.С.Каплана. На основании разработанной ими сбалансированной системы показателей (Balanced Scorecard) авторы предлагают осуществлять оценку не только обособленных бизнес-единиц, но также их объединений.

Помимо оценки финансовых показателей ССП ориентирована на оценку будущих перспектив развития предприятия. В этой связи в основу методики положено четыре ключевых направления: финансовое, потребительское, направление внутренних процессов и направление обучения и роста. Большое место в реализации анализа отведено миссии предприятия, определяющей наиболее важные из поставленных им задач и показатели их решения. Миссия определяет стратегию развития и те показатели по каждому из направлений, которые наиболее актуальны в соответствии с целями и задачами конкретного предприятия.

Сбалансированность показателей заключается в достижении согласованности между итогами прошлой деятельности и будущими перспективами роста, а, следовательно, между объективными и субъективными оценками, информацией, которую предприятие предоставляет своим клиентам в качестве отчётной, и той внутренней составляющей, которая характеризует его деятельность по ключевым направлениям развития.

Каждое из направлений характеризует группу оцениваемых показателей. Финансовое направление представлено показателями, отражающими эффективность деятельности предприятия, последствия реализации той или иной стратегии. В данном блоке наибольшее значение имеют показатели прибыльности, оборачиваемости средств, рост объёмов производства и продаж конечной продукции и пр. Потребительское направление ориентировано на рассмотрение информации о потребителях производимой продукции, сегменте рынка, в котором представлено предприятие, и результатах его

деятельности в данном сегменте. В число показателей, отражающих деятельность предприятия в потребительском направлении, входят: привлечение новых клиентов, удовлетворение потребностей клиентов, доходность предприятия в целевом сегменте и его объём, а также степень удовлетворённости клиентов производимой продукцией. Направление внутренних процессов представлено показателями оценки внутренних бизнес-процессов с позиции качества и продолжительности процесса. При этом ССП имеет два ключевых отличия от традиционного подхода, первый из которых заключён в формировании новых бизнес-процессов, способных положительным образом влиять на деятельность предприятия и достижение им стратегических целей (в традиционной системе, как правило, модернизируются уже существующие процессы), а второй основан на использовании инновационных процессов, включающих разработку и развитие новых продуктов, как неотъемлемой части внутренних процессов. Направление обучения и роста взаимосвязано с другими направлениями ССП и является основой для развития организации. К числу показателей оценки данного направления относят как общие параметры, такие как текучесть кадров, удовлетворённость сотрудников работой, обучение и повышение квалификации кадрового состава, так и специфические, например владение навыками и умениями, необходимыми для работы в новых конкурентных условиях.

2. Функционально-стоймостной анализ. Помимо использования данной методики для наилучшей реализации ключевой компетенции каждой из организаций, входящих в состав интегрированной структуры, возможно с её помощью осуществление оценки эффективности интегрированной структуры¹⁰⁴. На начальном этапе при помощи метода экспертных оценок проводится оценка ключевых характеристик изготавливаемой продукции для каждого участника интегрированной структуры. Данные характеристики оцениваются по степени важности для определения значимости конкретного направления деятельности для потребителя продукции. После этого необходимо определить итоговое количество баллов по всем рассмотренным параметрам. На основании полученных данных путём экспертных оценок исследуется степень изменения итоговых параметров при улучшении характеристик на уровне конкретного направления деятельности интеграционного объединения.

Следующим этапом проводится расчёт затрат участников производственно-хозяйственной деятельности на улучшение ключевых характеристик по отдельно взятому направлению. Общий показатель эффективности совершенствования конкретного направления рассчитывается по формуле:

$$\mathcal{E}_{\text{общ.}} = \frac{3}{\text{ПО}_{\text{кп}}}, \quad (1)$$

¹⁰⁴ Пожидаева С.В. Оценки эффективности интеграции с позиции развития методологии ФСА и других методологических подходов // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2011. - № 3 (27). Режим доступа к журн.: <http://uecs.mcniip.ru>

где $\mathcal{E}_{\text{общ.}}$ - показатель эффективности совершенствования конкретного направления деятельности, тыс.руб./балл,

Z – затраты на улучшение ключевых характеристик, тыс.руб.,

$PO_{\text{КП}}$ - прирост оценки параметров конечной продукции, балл.

$$PO_{\text{КП}} = O_{\text{КП}y} - O_{\text{КП}}, \quad (2)$$

где $O_{\text{КП}y}$ - итоговая оценка направлений производственно-хозяйственной системы в результате их улучшений за счёт оптимизации деятельности отдельного узла, балл;

$O_{\text{КП}}$ - оценка направлений производственно-хозяйственной системы до совершенствования отдельного узла, балл.

В дальнейшем осуществляется сравнение эффективности совершенствования показателей отдельного направления различными подразделениями производственной системы:

$$\mathcal{E}_{\text{ХПФ}} = \frac{Z_{ix}}{O_{\text{КП}y_i} - O_{\text{КП}i}}, \quad (3)$$

где $\mathcal{E}_{\text{ХПФ}}$ - эффективность повышения i -ой характеристики промышленной функции, тыс.руб./балл;

Z_{ix} - сумма затрат на совершенствование i -ой характеристики промышленной функции для каждого подразделения производственно-хозяйственной системы;

$O_{\text{КП}y_i}$ - оценка i -ой характеристики производственно-хозяйственной системы в результате оптимизации деятельности отдельного узла, балл;

$O_{\text{КП}i}$ - оценка i -ой характеристики производственно-хозяйственной системы до совершенствования отдельного узла, балл.

Итоговым этапом проведения оценки является сравнение эффективности расходов предприятий, входящих в состав интегрированной структуры, на основании которой разрабатывается система взаимодействия внутри интегрированной структуры с целью рационального использования имеющихся ресурсов и достижения стратегической цели объединения.

3. Модель экономической добавленной стоимости Б.Стюарта (EVA).

Данный показатель отражает изменение стоимости организации путём сравнения его фактических доходов с нормированной отдачей на инвестированный капитал. Необходимым условием проведения данного анализа выступает наличие бухгалтерской информации за период не менее двух лет. Основанный на универсальных показателях бухгалтерского баланса (формы баланса №1 и №2) данный метод отличается относительной простотой, одновременно являясь источником информации для управления стоимостью интеграционного объединения. В тоже время EVA не позволяет проводить оценку организаций с отрицательными и сильно изменяющимися чистыми активами. Модель экономической добавленной стоимости даёт возможность составления краткосрочных прогнозов, основанных исключительно на финансовых показателях и не учитывающих прочие факторы, влияющие на деятельность интегрированной структуры.

4. Модель рыночной добавленной стоимости С.Стюарта (MVA). Показатель MVA отражает изменение стоимости организации (АО) путём сравнения рыночной капитализации интегрированной структуры и инвестированного капитала. Данный показатель способен охватить будущую стоимость потоков дохода. Метод рыночной добавленной стоимости сложен в реализации, поскольку сочетает в себе как учётные, так и рыночные данные. Кроме того, для использования показателя MVA необходимо наличие рыночной капитализации оцениваемой организации.

5. Статистические методы оценки эффективности и синергетического эффекта. Данная группа методов широко используется при оценке эффективности интегрированных структур. Говоря о статистическом анализе синергетического эффекта, сторонники данной методики О.А.Гулин и В.И.Щедров¹⁰⁵ акцентируют внимание на оценке эффективности в процессе, либо в течение небольшого периода времени после интеграции. Авторы предлагают рассчитывать эффект от слияния, поглощения и присоединения по следующей формуле:

$$C_n = (D(PN)_n + D(PA)_n + (EE)_n) - (DI_n + DT_n + I_o), \text{ где}$$

n – расчётный период времени,

C_n - эффект после слияния;

$D(PN)_n$ - расчётная дополнительная прибыль от расширения масштабов деятельности;

$D(PA)_n$ - расчётная дополнительная прибыль от снижения риска за счёт внутриотраслевой диверсификации деятельности;

$(EE)_n$ - экономия текущих производственных издержек;

DI_n - дополнительные инвестиции на реконструкцию и расширение;

DT_n - прирост (экономия) налоговых платежей;

I_o - инвестиции в момент поглощения.

Среди недостатков данного метода оценки можно выделить отсутствие ориентации на перспективу, а также сложность сбора необходимой для оценки информации. Кроме того, анализ показателей осуществляется за два года работы предприятий вне корпорации и два года – в её составе. То есть, если интеграционное объединение просуществовало более двух лет, то данный способ оценки для него не подходит.

6. Н.А.Кулагина и И.В.Кулагин¹⁰⁶ предлагают собственную методику оценки эффективности интегрированных структур. Авторы считают возможным осуществление расчёта суммарного эффекта деятельности в верти-

¹⁰⁵ Гулин О.А., Щедров В.И. Статистический анализ эффективности и синергетического эффекта в отраслевых корпорациях [Электронный ресурс]: Экономика России: основные направления совершенствования. Межвузовский сборник научных трудов. URL: <http://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn02/11.shtml>

¹⁰⁶ Кулагина Н.А., Кулагин И.В. Экономическая сущность интеграции и оценка эффективности интегрированных структур [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://conf.bstu.ru/conf/docs/0044/0831.doc>

кально интегрированной корпоративной структуре при помощи следующей формулы для расчёта:

$$\mathcal{E}_c = \sum \mathcal{E}_i \rightarrow \max ,$$

где \mathcal{E}_c - совокупный эффект вертикально интегрированной структуры;

\mathcal{E}_i - эффект i -го участника интегрированного объединения;

n – количество участников интеграционного взаимодействия.

Таким образом, существует большое количество различных по степени сложности и эффективности методик оценки интегрированных промышленных структур.

Список литературы

1.Солодка М.С. Надежность, эффективность, качество систем управления / М.С. Солодка // Теоретический философский журнал «Credo», 1999. №5 (17).

2.Чая В.Т., Заббарова О.А. Концептуальные основы анализа эффективности деятельности бюджетной организации / В.Т.Чая, О.А.Заббарова // Аудит и финансовый анализ. – 2008. - №6.

3.Шеремет А.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – М.: Инфра-М, 2008

Проблемы повышения эффективности Интернет-маркетинга

В настоящее время количество фирм, которые применяют в своей деятельности интернет-маркетинг, постоянно растет, однако, наряду с этим многие фирмы допускают огромное количество ошибок при использовании интернет-маркетинга. В связи с этим, особую актуальность приобретают проблемы повышения эффективности интернет-маркетинга, учитывая то, что расходы на интернет-маркетинг растут с бурным развитием современных информационных технологий.

Использование Интернета в маркетинговых целях связано с двумя основными факторами.

Первый фактор - это преимущества, которыми обладает данный канал коммуникаций. В рамках взаимоотношений между фирмой и клиентом можно выделить следующие преимущества:

- потребители могут заказывать товары в течение 24 часов в сутки независимо от своего географического положения;
- потребители могут получить более полную и свежую информацию о товаре непосредственно от производителя, сравнить данный товар с аналогичными товарами конкурентов;
- потребители имеют возможность получения онлайн-поддержки по приобретаемой продукции, а также по обслуживанию уже поставленной продукции, причем режимы онлайн-поддержки не ограничены передачей только текстовых сообщений, возможно использование живого диалога посредством IP-телефонии с сайта компании, а также диалога в режиме видеоконференции;
- производители, создавая электронные каталоги товаров в Интернете, получают возможность значительно экономить на издержках по сравнению с печатными изданиями каталогов;
- предприятия получают возможность сокращения времени на информирование потребителей о новой продукции;
- предприятия получают возможность снижения издержек на создание филиалов и представительств, информация о товарах может быть представлена на различных языках и единицах измерений;
- предприятия имеют возможность получения заказов и выставление счетов по совершенным сделкам в электронной форме, а также проведение онлайн-платежей;
- предприятия получают возможность снижения финансовых издержек на проведение пробного маркетинга в отношении прототипа продукции;
- работа без посредников дает предприятию возможность более глубоко изучать индивидуальные потребности каждого клиента, что в свою оче-

редь позволяет и в большей степени удовлетворять их потребности и тем самым создавать долговременные и взаимовыгодные отношения с ними;

- за счет глобальности Интернета компании получают возможность работы на международных рынках при минимальных затратах.

Второй фактор – высокие темпы развития аудитории Интернета. Исходя из этих факторов, многие организации разных сфер деятельности и форм собственности в значительной мере или даже полностью перенесли свою деятельность в Интернет.

Сегодня интернет-маркетинг требует своей доли в бюджете маркетинга, которая будет расти, поэтому основная проблема фирм - обеспечение эффективного использования интернет-маркетинга.

Для работы в Интернете фирмы главным образом используют веб-сайты. После создания сайта, размещения его в сети и публикации в поисковых системах, многие фирмы ожидают, что преимущества, которые предоставляет Интернет, скоро начнут работать, и сотни клиентов начнут посещать ее сайт, но этого не происходит. Пользователь сети, прежде чем станет клиентом фирмы, должен найти ее сайт среди огромного числа веб-страниц, находящихся в Интернете, численность которых постоянно увеличивается в геометрической прогрессии.

Основным инструментом поиска информации в сети служат поисковые системы. Согласно исследованию Forrester Research, более 80% пользователей находят НОВЫЕ сайты через поисковые системы. Практика показывает, что пользователи сети просматривают только первые 3 страницы результатов поиска, и всего около 7% пользователей просматривает дальше 3-й страницы, так как перед тем как приобрести товар в Интернете, пользователь должен проанализировать цену на товар, условия продажи, доставку и сервис в различных интернет-магазинах. В результате этого пользователь выбирает интернет-магазин, предлагающий лучшие условия, и, если ссылка на сайт фирмы находится не на первых 3 страницах поиска, то вряд ли стоит ожидать увеличения числа клиентов.

Для того чтобы сайт стал известен целевой аудитории, необходимо после его создания и размещения в сети проводить кабинетные и полевые маркетинговые исследования в Интернете.

Кабинетные или вторичные маркетинговые исследования основываются на анализе и изучении уже имеющейся необходимой информации.

Источниками получения вторичной информации в Интернете являются сайты компаний-конкурентов, различные поисковые системы, тематические порталы, новостные ресурсы, сайты интернет-агентств, занимающихся маркетинговыми исследованиями, базы данных.

Кроме этого, важным источником получения вторичной информации являются результаты полевых исследований, проведенных в Интернете.

Для полевых или первичных маркетинговых исследований характерно получение необходимой информации для дальнейшего ее анализа на основе проведения опросов, наблюдений, экспериментов.

Одной из форм опроса является анкетирование. После заполнения каждой анкеты на сайте получаемая информация обрабатывается автоматически, и фирма оперативно получает статистические данные для последующего анализа и принятия соответствующего решения по исследуемой проблеме.

Наблюдение в Интернете за посетителями сайта позволяет фирме собрать статистическую информацию о поведении посетителей на сайте и их предпочтениях, выявить степень заинтересованности посетителей к содержанию сайта, например, к предлагаемым товарам.

Фирма может проводить различные эксперименты в Интернете. Например, она снижает цену на некоторый товар на 10%, продаваемый через интернет-магазин, и таким образом определяет спрос в Интернете на данный товар при новой цене.

В Интернете фирма может проводить исследование своих конкурентов путем сбора необходимой информации с сайтов конкурентов, поисковых систем и других ресурсов Интернета, изучить их деятельность и в результате использовать успешные стратегии ведения бизнеса на практике.

Фирма может проводить исследования целевой аудитории в Интернете, тестировать свой сайт по различным критериям (дизайн, структура, контент), тестировать различные виды интернет-рекламы и т. д.

Фирма должна предпринимать мероприятия по продвижению товаров и услуг. Наиболее эффективными являются следующие мероприятия: - поисковая оптимизация сайта; - размещение баннерной и текстовой рекламы; - использование e-mail маркетинга; - размещение пресс-релизов компании; - использование партнерских программ.

В последнее время интерес к поисковой оптимизации сайта как способу продвижения значительно возрос. Этот интерес обусловлен тем, что расположение сайта в первых результатах поиска позволяет получать бесплатный трафик с высоким коэффициентом конверсии, причем данный трафик может в несколько раз превосходить трафик, созданный другими способами продвижения. Мероприятия, направленные на оптимизацию сайта с целью достижения высоких позиций в списке результатов поиска по определенным ключевым словам, называются поисковой оптимизацией. Важным фактором для определения позиции конкретной ссылки сайта в результатах поиска является ее релевантность, то есть соответствие содержания веб-страницы определенным ключевым словам, по которым происходит запрос через поисковую систему. Увеличить релевантность страницы можно следующим способом. Необходимо создать и структурировать ядро запросов, т.е. выделить запросы, наиболее часто употребляемые целевой аудиторией из общего числа запросов, осуществляемых посредством поисковых машин. Далее необходимо осуществить привязку отдельных страниц сайта к различным типам запросов путем изменения информации: в названии web-страницы, ее ключевых слов, описании страницы, а также текста, который содержит страница.

Изменения трафика за счет увеличения релевантности сайта по ключевым запросам выглядят следующим образом: в первый месяц после попадания ссылки по ключевому слову на третью или вторую страницу результатов поиска трафик на это слово увеличивается в 5 раз по сравнению с предыдущим периодом; на второй месяц он увеличивается в 9 раз по сравнению с первоначальным месяцем.

Самой распространенной формой привлечения посетителей на сайт компании ни сегодняшний день является баннерная и текстовая реклама. Размеры баннеров объединены в стандарты, это позволяет показывать рекламу как в статическом, так и в динамическом режиме. Текстовая реклама менее привлекательна по отношению к баннерной, но обладает одним преимуществом — она не блокируется пользователем сети Интернет. Статистика показывает, что доля российских интернет-пользователей, отключающих стандартные баннеры, достигла 20%.

Для повышения эффективности баннерной и текстовой рекламы используется таргетинг — механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту ее часть, которая удовлетворяет заданным критериям, и показать рекламу именно ей. В интернет-рекламе наиболее часто применяются следующие виды таргетинга: географический, временной и тематический. Географический таргетинг позволяет показывать рекламу только пользователям из определенного географического региона. Временной таргетинг позволяет показывать рекламное объявление только в указанные часы, дни недели. Посредством тематического таргетинга осуществляется показ рекламы на площадках, имеющих специфическую тематику (например: страхование, строительство, финансы, погода и т.п.). Как правило, такими площадками являются web - страницы каталога. Тематический таргетинг обеспечивает качественное покрытие аудитории, заинтересованной в определенной теме. Разновидностью такого таргетинга является контекстная реклама. Эта реклама представляет объявление, показываемое в моменты, когда пользователь задает в строке запроса поисковой системы интересующие рекламодателя ключевые слова. Этот вид рекламы является эффективным средством привлечения целевой аудитории. В отличие от традиционного размещения баннерной рекламы контекстные показы предъявляются лишь тем пользователям, кто явно выразил заинтересованность в предложении рекламодателя, т.е. достигается очень точная фокусировка по интересам. Поэтому конверсия посетителей из поисковых систем в покупателей в 3—7 раз выше, чем конверсия пользователей, пришедших по баннерной рекламе, использующей другие виды таргетинга.

С точки зрения стратегии продвижения товара эффективность контекстной рекламы объясняется использованием технологии вытягивания, в то время как «традиционная» баннерная реклама основана на технологии проталкивания.

Кроме таргетинга для повышения эффективности рекламы может использоваться ограничение частоты показа баннера одному уникальному

пользователю. Этот способ позволяет не показывать баннер много раз человеку, который на него сразу не среагировал.

Цивилизованный e-mail маркетинг – это использование технологий электронной почты для продвижения товаров и услуг. Сейчас в России e-mail маркетинг является одним из самых молодых видов интернет-продвижения. Стоит сразу разделить цивилизованный e-mail маркетинг и спам, которые функционируют по совершенно различным принципам.

Цивилизованный e-mail маркетинг основан на определенных правилах, которые переводят коммуникацию на качественно иной уровень. Среди этих правил можно назвать следующие:

- все сообщения распространяются только по подписке на получение материалов по *конкретной* теме от *конкретного* отправителя;
- попадание адреса получателя в базу рассылки происходит только с ведома адресата. Пользователь должен выразить свое намерение и заинтересованность в получении той или иной информации, и только тогда его адрес будет занесен в базу данных. Наиболее цивилизованным и этичным способом формирования базы подписчиков является так называемый *double opt-in*, который предполагает, что пользователь должен не только подписаться на информацию, но и подтвердить свое желание получать ее — то есть дважды заявить о своем намерении;
- человек всегда имеет возможность отказаться от информации, если она, например, перестала его интересовать или не оправдала ожиданий; при первом же его желании адрес будет удален из списка получателей;
- адресату всегда известен отправитель сообщений;
- пользователь всегда может связаться с отправителем посланий.

Таким образом, e-mail маркетинг по своей сути представляет цивилизованный способ взаимодействия между коммуникатором и реципиентом. Благодаря этому электронная почта является довольно мощным маркетинговым инструментом и при грамотном и профессиональном использовании может стать эффективным способом коммуникации с целевыми группами. Западные маркетологи в течение последних лет активно работают, используя цивилизованный e-mail маркетинг, который постепенно вытесняет привычный директ-мейл, занимая все большее место в маркетинговом комплексе компаний.

В России крупнейшим сервисом цивилизованного e-mail маркетинга является информационный канал *Subscribe.Ru*, который предлагает целый ряд возможностей по использованию технологий e-mail маркетинга. В настоящее время *Subscribe.Ru* распространяет свыше 20 тысяч периодических электронных изданий. Эти издания охватывают все сферы жизни общества: экономику и бизнес, политику и законодательство, культуру и искусство, новости и аналитику, технологии и науку, работу и образование и другие. Они востребованы, так как позволяют получать необходимую информацию без лишних усилий и затрат времени.

В электронных изданиях, как и в обычных газетах и журналах, размещается реклама, возможности которой довольно широки. С ее помощью

можно охватывать широкие массы интернет-пользователей и проводить крупномасштабные брендовые кампании. Тираж таких кампаний достигает нескольких десятков миллионов писем, в которых размещается рекламная информация компании.

Используя технологии e-mail маркетинга, и в частности *Subscribe.Ru*, можно нацеливать рекламную кампанию на узкие целевые группы. Рекламу возможно размещать в изданиях определенной тематики (например, в изданиях по бизнесу) или с использованием фокусировок по портрету подписчиков (возраст, пол, образование, служебное положение и т.д.). Таким образом, охватывается аудитория, как по определенным интересам, так и по конкретным социально-демографическим характеристикам.

Кроме размещения рекламы в электронных изданиях предусмотрена возможность отправлять подписчикам рекламную информацию отдельным электронным письмом в виде электронной листовки. Именно такая форма e-mail маркетинга наиболее широко распространена на Западе — рекламная информация компаний рассылается службами e-mail маркетинга по их базам адресатов, пожелавших получать информацию по тем или иным темам. Численность таких баз зачастую превышает десятки миллионов. Для компаний — это уникальная возможность оперативно донести подробную информацию до заинтересованной аудитории, а для пользователей — получить информацию по интересующим их темам и отраслям, не выходя из дома или не отлучаясь с рабочего места.

Разновидность e-mail маркетинга существует и в России, который реализован пока только информационным каналом *Subscribe.Ru*. В настоящее время свыше 500 тысяч человек подписались на *Subscribe.Ru* на получение именно рекламной информации по интересующим их темам, список которых довольно широк (автомобили, недвижимость, маркетинг, менеджмент, отдых и развлечения, музыка и книги и другие). Таким образом, эта аудитория представляет собой сегментированные по интересам довольно многочисленные группы интернет-пользователей, характеризующихся высокой потребительской активностью и заинтересованных в приобретении тех или иных видов товаров или услуг. Используя технологии *Subscribe.Ru*, рекламодатели могут обратиться к этой аудитории, направив им свое рекламное предложение. Такая реклама обеспечивает точечное попадание в целевую аудиторию, так как позволяет обратиться к людям, которые априори интересуются той или иной конкретной темой и сами заявляют о своем интересе. Адресная электронная реклама эффективна для решения самых разнообразных задач по продвижению, в том числе по привлечению внимания потребителей к промоакциям, проводимым компаниями, их популяризации, а также для мероприятий по стимулированию сбыта.

В рамках технологий цивилизованного e-mail маркетинга в настоящее время существует сервис, ориентированный на продвижение маркетинговых акций. Как известно, всевозможные специальные акции — лотереи, конкурсы, розыгрыши, скидки, предоставление подарков и другие — являются од-

ним из популярных методов привлечения покупателей, стимулирования и повышения продаж.

Новым инструментом продвижения маркетинговых акций компаний, работающим на основе e-mail маркетинга, является сервис *Subscribe Promo*.

В российском сегменте Интернета существует ряд проектов, объединяющих информацию о различных специальных акциях. Однако аудитория этих порталов относительно невелика, а главное — для получения необходимой информации пользователю необходимо постоянно заходить на ресурс, что может быть не всегда удобно, может не хватать времени, и существует довольно большая вероятность упустить интересующую информацию. Отличие сервиса *Promo* в том, что человеку не нужно самому отвлекаться на поиск информации: все, что ему интересно, будет доставлено прямо в электронный ящик.

Subscribe Promo обладает рядом возможностей, позволяющих повышать эффективность рекламного воздействия:

1) фокусировать акцию на определенную аудиторию по различным признакам - месту проживания, социально-демографическим характеристикам подписчиков и т.д.;

2) по результатам рассылки рекламных предложений можно получать подробную статистику: сколько писем было прочитано, сколько кликов получено, то есть оценить общую эффективность кампании, интерес потребителей к акции. Полученную информацию можно использовать как для корректировки рекламной кампании в соответствии с интересами потребителей, так и для общей маркетинговой стратегии и тактики компании;

3) *Subscribe Promo* позволяет размещать рекламные сообщения оперативно, материалы могут быть подготовлены в течение очень короткого времени и тут же запущены в распространение.

Таким образом, используя современные маркетинговые инструменты, такие как e-mail маркетинг и специальные сервисы, основанные на технологиях e-mail маркетинга, можно при минимальных временных, финансовых и трудовых затратах эффективно рекламировать специальные маркетинговые акции компаний. В случае цивилизованного e-mail маркетинга это отвечает не только интересам рекламодателей, но и потребителей, которые получают актуальную и интересующую их информацию, не затрачивая лишнее время на ее поиск.

Публикация собственного пресс-релиза является быстрым способом привлечения десятков тысяч целевых посетителей на сайт компании. Пресс-релизы с содержанием информации о компании, ее товарах и услугах, методах управления и новых технологиях могут быть разосланы не только в электронные средства массовой информации, такие как новостные сайты, газеты, журналы, но и могут быть опубликованы на специализированных порталах, связанных с тематикой определенного бизнеса.

Многие компании недооценивают такой способ продвижения, забывая о том, что заинтересованный потребитель, прежде чем совершит покупку то-

вара, сначала собирает дополнительную информацию о нем из разных источников.

Под партнерской программой (affiliate program) понимается форма делового сотрудничества между продавцом (рекламодателем) и партнерами, при котором партнеры привлекают пользователей на сайт продавца и получают бонусы в виде процента или фиксированной суммы за какое-то оговоренное действие (посещение определенных страниц, заполнение формы, покупку товара). Для продавца партнерский маркетинг дает возможность самостоятельно назначать комиссионные вознаграждения партнерам в отличие от размещения баннерной или текстовой рекламы, где стоимость рекламы определяется владельцем рекламной площадки. Для партнеров этот вид бизнеса считается неплохим способом получить дополнительный доход с помощью собственного сайта. Взаимная заинтересованность делает партнерские отношения долгосрочными и привлекательными.

Целью использования методов стимулирования продаж в Интернете является увеличение спроса на товар (услугу), формирование благожелательного отношения к компании и к ее брендам.

Методы стимулирования продаж в Интернете могут быть следующими:

- скидки на определенный товар (услугу). Интернет-магазин публикует информацию о предлагаемых скидках на свои товары;
- подарки. Интернет-магазин проводит рекламную акцию, в результате которой при покупке товаров на определенную сумму покупатель получает подарок;
- конкурсы, лотереи. Компания проводит на сайте различные конкурсы для посетителей.

Существует различные подходы к оценке эффективности интернет – маркетинга: - анализ достоверности и актуальности контента сайта; - анализ скорости доступа и работы сайта; - изучение сложности поиска информации о сайте по определенным запросам в поисковых системах, каталогах, базах данных; - анализ посещаемости сайта на основе различных счетчиков и ресурсов Интернета и составление на основе полученных данных общего статистического отчета; - проведение опросов посетителей сайта; - анализ динамики изменения числа подписчиков рассылки; - определение рейтинга посещаемости страниц — изучение интересов пользователей сайта.

Сайт компании является эффективным инструментом маркетинга. Анализ работы сайта позволяет оценивать уровень заинтересованности пользователей в товарах и услугах компании и эффективность ее рекламных кампаний.

Экономическая эффективность деятельности корпоративного сайта определяется как отношение получаемого результата от ее применения к затратам, связанным с разработкой и эксплуатацией данного сайта.

Таким образом, для определения экономической эффективности необходимо определить основные статьи затрат и пути их снижения за счет использования выбранной бизнес - модели сайта. Источники экономии зависят от степени внедрения интернет-технологий в деятельность компании, так

как за счет использования современных информационных технологий существенно снижаются затраты на коммуникацию с клиентами.

Оценивать эффективность сайта можно, используя его количественные и качественные характеристики.

Конверсия посетителей в покупателей определяется отношением количества заказов к количеству сессий, которая является оценкой экономической эффективности сайта.

В настоящее время существуют различные подходы к оценке эффективности функционирования интернет-маркетинга, которые связаны между собой использованием аналогичных критериев оценки эффективности сайта, но различаются уровнем детализации проводимого исследования.

На наш взгляд, эффективность интернет-маркетинга должна оцениваться из поставленных компанией целей и задач по двум ведущим направлениям: коммуникативному и коммерческому. Достаточно легко можно выявить экономическую или коммерческую эффективность интернет-маркетинга, так как она зависит от прибыли, которую получает сайт при продаже товаров и услуг в Интернете. Но сложность заключается в том, как сделать интернет-маркетинг прибыльным, поэтому основная трудность состоит в выявлении тех факторов, которые влияют на эффективность использования средств интернет-маркетинга.

Необходимо разрабатывать индивидуальные критерии оценки эффективности сайта в соответствии с коммуникативными и коммерческими целями компании в Интернете и впоследствии учитывать их при использовании тех или иных модифицированных методик оценки интернет-технологий.

В заключение следует отметить, что ежегодно наблюдается рост расходов на интернет-маркетинг как на международном рынке, так и в России. Очевидно, что проблема оценки эффективности использования интернет-маркетинга становится все более актуальной. Это требует анализа и обобщения существующих подходов по данной проблеме, усовершенствования и разработки новых методик оценки эффективности интернет-маркетинга.

Человеческий капитал в инновационной экономике

На современном этапе информация, научные знания, профессиональный, научный и культурный потенциал общества как интеллектуальные ресурсы определяют структуру национальной экономики, качество производимых продукции и услуг, эффективность функционирования хозяйства.

Процессы интеллектуализации производственных процессов, усложнения систем управления организациями обуславливают необходимость анализа понятия интеллектуальных ресурсов и интеллектуального капитала. Понятия интеллектуальные ресурсы¹⁰⁷, интеллектуальный капитал¹⁰⁸, интеллектуальный потенциал, человеческий капитал принадлежат к числу наиболее подвижных категорий¹⁰⁹, используемых в экономических и социологических исследованиях. Часто они применяются как тождественные понятия, иногда между ними находят определенные различия. Интересным моментом в анализе концепций интеллектуальных ресурсов является тот факт, что экономическая наука до недавнего времени относилась к понятию интеллектуальных ресурсов двойственно: с одной стороны, признавала важную роль науки и образования в общественном развитии, с другой, — выносила их за рамки анализа. Например, К. Маркс отмечал повышающуюся роль в производстве «агентов», зависящих от науки и прогресса техники.

Однако факторы, обеспечивающие прогресс общественного производства путем реализации интеллектуальных ресурсов, считались экзогенными по отношению к экономическому росту. То же было характерно и для теорий менеджмента. Они оперировали такими инструментами, как совершенствование управленческих структур, организация труда, мотивация работников и т. п., а интеллектуальные ресурсы оставались вне сферы анализа.

В наиболее общем виде понятие «интеллектуальные ресурсы» можно определить как отдельные компоненты, формирующие интеллектуальный капитал, такие как, например, технологии, патенты, человеческие навыки. Исторически первым в ряду понятий, связанных с интеллектуальным капиталом и интеллектуальными ресурсами, стало понятие человеческого (интеллектуального, гуманитарного) капитала, введенное основоположниками классической экономической теории Адамом Смитом и Джоном Стюартом Миллем.¹¹⁰ Таким «предшественником» понятия интеллектуального капитала

¹⁰⁷ Stewart T.A. Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations N.Y.; L, 1997. P.7.

¹⁰⁸ Брукинг Э. Интеллектуальный капитал. СПб., 2001. С. 31, 193.

¹⁰⁹ «Человеческий и вещественный капитал - общность и отличие», Щетинин В.П.

<http://www.situation.ru>

¹¹⁰ Кузык Б.Н., Яковец Ю.В. Россия – 2050: стратегия инновационного прорыва. 2-е изд. М.: Экономика, 2005. Борис Кузык Инновационное развитие России: сценарный подход//Экономические стратегии, №01–2009, стр. 56–67.

в их трудах стало собирательное понятие количества и качества человеческой способности к труду. Наибольший интерес ученых всегда вызывали факторы, определяющие качество человеческого капитала и возможности роста эффективности труда. В этом аспекте проблемами человеческого капитала занимались представители неоклассического направления, рассматривавшие влияние образования на человеческий капитал.

Обсуждения проблем развития человеческого капитала в России в разное время проходило в разных аспектах. В течение длительного времени она рассматривалась как проблема трудовых ресурсов. В рамках планов и программ социального и экономического развития разрабатывались меры обеспечения заложенных темпов роста экономики трудовыми ресурсами в нужном количестве, необходимой квалификации и размещаемой в соответствии с планами развития промышленности.¹¹¹ Для этого периода характерно преобладание производственного подхода, социальные показатели имели тенденцию к улучшению (уровень образования, продолжительность жизни).

В период перехода экономики России на инновационный путь развития, одной из важнейших сохраняющихся у России конкурентных преимуществ России с точки зрения инновационного развития остается человеческий капитал. Охват всего населения базовым образованием, одно из первых мест в мире по доле населения с высшим образованием (23,4% от численности занятых в экономике, что соответствует уровню ряда ведущих зарубежных стран, таких как Великобритания, Швеция, Япония, и опережает уровень таких стран, как Германия, Италия, Франция), высокий уровень высшего образования по естественнонаучным и инженерно-техническим специальностям – все это создает основу для выстраивания эффективной инновационной системы. В то же время, ситуация в этой сфере характеризуется рядом негативных тенденций, которые в перспективе могут фактически девальвировать это конкурентное преимущество.

Во-первых, продолжает снижаться качество образования на всех уровнях – от базового, начального и среднего профессионального образования до вузовского и поствузовского.

В отличие от ряда развитых стран (США), где недостатки базового образования в определенной части «выправляются» в системе высшего образования, в России и в вузовском образовании до последнего времени наблюдались тенденции деградации. Согласно международным рейтингам (Times Higher Education, Shanghai Jiao Tong ARWU, рейтинг результативности научных работ вузов НЕЕАСТ), российские вузы не попадают в первые две сотни.

Российские учреждения образования и, в частности, вузы в целом пока не стали для учащихся «школой инноваций». Целенаправленная работа по развитию компетенций в сфере исследований и разработок, мотиваций к инновациям в вузах начата только в последние годы.

¹¹¹ Добрынин А.И. Человеческий капитал в транзитивной экономике: формирование, оценка, эффективность использования / А.И. Добрынин, С.А. Дятлов, Е.Д. Цыренова. СПб.: Наука, 1999.

Эти негативные названные тенденции вызваны, в том числе, и хроническим недофинансированием сферы образования в 90-е годы и начале 2000-х. Сейчас ситуация улучшилась, но по относительным показателям государственного финансирования этой сферы Россия по-прежнему значительно уступает странам-лидерам и даже значительному числу «догоняющих» стран. (В 2007 году, например, Россия расходовала на образование 4,0% ВВП, тогда как Финляндия – 5,9%, США – 5,3%, Франция – 5,6%, Бразилия – 5,2%, Южная Корея – 4,2%¹¹²).¹¹³

Недостаток финансирования существенно усугубляется структурными проблемами, включая устаревшие модели управления учебным процессом, нехватку в системе образования современных кадров, в том числе, управленческих. В целом, система образования недостаточно ориентирована на удовлетворение потребностей инновационного развития и экономики в целом. При этом оценка качества образования, которую дают российские работодатели, в целом невысокая (Russian Innovation Survey 2009-2010, «Бауман Инновейшн», ОПОРА России).

Во-вторых, кроме качества образования значительную роль для будущего инновационного развития играют и формируемые у человека жизненные установки, модели поведения, которые либо способствуют распространению инноваций в экономике и общественной жизни, либо препятствуют ему.

В этом плане ситуация в России неоднозначна. С одной стороны, данные по уровню проникновения мобильной связи (1406 абонентов сотовых мобильных сетей на тысячу населения в 2008 г., что превышает уровень большинства развитых стран¹¹⁴), частоте смены телефонных аппаратов и вниманию к современным «опциям» телефонов (по опросам различных международных организаций в сфере телекоммуникаций), которые могут быть использованы в качестве характеристики восприимчивости к инновационному потреблению в России находятся на сравнительно высоком уровне. Здесь мы опережаем большую часть развитых стран.

С другой стороны, по такому показателю, как готовность потребителей приобретать инновационные товары взамен используемых (Special Eurobarometer 236 “Population Innovation Readiness”) Россия – одна из самых консервативных стран. Недостаточно высокий уровень проникновения интернет (данные в 2009 г.: Россия – 46%, Германия – 76%, Великобритания – 80%), при том, что в последние годы и компьютер и интернет стали финансово доступны самым широким слоям населения, также показывает определенную консервативность населения по отношению к технологическим новациям.

Ключевые для инновационного предпринимательства личностные качества – мобильность, желание обучаться в течение всей жизни, склонность к предпринимательству и принятию риска также не являются пока характерными особенностями хотя бы значимой части населения страны. В России,

¹¹² источник: Федеральное Казначейство, ОЭСР

¹¹³ Росстат, Россия и страны – члены Европейского Союза – 2009 г.

¹¹⁴ Кулишова Р.С. Параметры человеческого капитала и модели управления.// Труд и социальные отношения/ №2. 2009г.

по данным Росстата, участие населения (в возрастной группе 25-64 лет) в непрерывном образовании в 2008 г. составило 24,8%.¹¹⁵ При этом, в странах с высокой инновационной активностью этот показатель намного выше: Великобритания - 37,6%, Германия – 41,9%, Финляндия – 77,3%.

В условиях развития инновационной деятельности (в обществе с инновационной экономикой) должно совершенно измениться отношение к главной производительной силе общества - человеку высокоинтеллектуального, высокопроизводительного труда. Роль высококвалифицированных специалистов в инновационной экономике очень велика и постоянно будет расти. В связи с этим следует подчеркнуть, что объективная потребность инновационного развития, становления инновационной экономики требуют разработки новой концепции подготовки кадров. В ее основу, по мнению авторов, должны быть положены такие принципы:

- становление, развитие и самореализация творческой личности;
- постоянная нацеленность на генерацию перспективных научно-технических нововведений и изыскание путей и методов их практической реализации в инновации;
- ориентация на подготовку высококвалифицированных и высокоинтеллектуальных специалистов, системных менеджеров инновационной деятельности;
- рассмотрение обучения и подготовки кадров как составной части производственного процесса, а расходов на подготовку кадров – не как издержки на работников, а как долгосрочные инвестиции, необходимые для процветания предприятий, отраслей и регионов;
- обучение управлению социальными и психологическими аспектами процесса создания наукоемких нововведений, использованию творческого потенциала коллектива ускоренному широкомасштабному внедрению в практику инновационных разработок;
- создание системы непрерывного обучения и повышения квалификации кадров, интегрированной в систему производства инновационной продукции;
- сотрудничество университетов и других вузов региона с передовыми предприятиями региона, реализующими инновационные проекты, и их совместную деятельность в области разработки учебных программ, издания учебников и монографий по инновационным технологиям, системам машин и оборудования, в деле подготовки специалистов высшей квалификации по новым профессиям и перспективным научно-инновационным направлениям.

Таким образом, проблема человеческого капитала в инновационной экономике возникает как цепочка задач: увеличение человеческого потенциала в двух аспектах, каждой личности и населения в целом; создание условий для превращения потенциала в человеческий капитал; реализация этой цепочки применительно к особым требованиям инновационной экономики. Собственно, особые требования возникают как профессиональные, в остальном же это общие требования постиндустриальной экономики.

¹¹⁵ Человеческий капитал, <http://www.expert.ru>

Методы оценки интеллектуального капитала предприятий как элементов региональной инновационной системы

За последнее десятилетие было предложено несколько десятков методик измерения и оценки интеллектуального капитала (ИК). К сожалению, ни одна из методик не может рассматриваться как универсальный подход. Противоречивость различных концептуальных подходов, нехватка эмпирических исследований сдерживают внедрение методик оценки в систему управления предприятиями, являющихся элементами региональной инновационной системы (РИС) и ее инфраструктуры и дальнейшие исследования в этой области.

Специфический характер отдельных элементов ИК осложняет разработку универсального метода оценки. Разнообразие методических подходов отражает различные представления их авторов о сущности ИК, его основных структурных компонентах, а также об основных целях проведения оценки стоимости интеллектуального капитала. И, хотя разные авторы используют несхожие рабочие определения ИК, большинство из них полагает, что интеллектуальный капитал является ресурсом, который позволяет организации трансформировать имеющиеся знания и информацию в экономическую ценность.

Для извлечения стоимости из интеллектуального капитала организациям необходимо управлять информационными потоками между капиталами различного вида, составляющими ИК. Таким образом, управление взаимосвязями, знаниями и другими информационными потоками между тремя видами капитала элементов региональной инновационной системы и есть управление интеллектуальным капиталом региона, нацеленного на инновационный путь развития.

Реальность в настоящее время такова, что на многих предприятиях, являющихся элементами структуры и инфраструктуры РИС, существуют проблемы управления интеллектуальным капиталом, которые сводятся к следующему: 1. Не уделяется должного внимания процессам формирования и накопления ИК, что подтверждают формально проводимые набор и отбор персонала, отсутствие систем мотивации взаимосвязанных с оценкой персонала, игнорирование вопросов, связанных с формированием и поддержанием корпоративной культуры, и как следствие высокая текучесть персонала. 2. На многих предприятиях накопленный интеллектуальный капитал попросту «простаивает», из-за отсутствия у персонала инновационного мышления. Вяло текущие инновационные процессы затрудняют его полноценное использование. 3. На развитие интеллектуального капитала предприятия тратят очень скромные средства. При квалифицированном менеджменте максимальная сумма прибыли от инвестиций только в человеческий капитал

почти втрое превышает прибыль от инвестиций в технику. Исследование зависимости производительности труда от образования показало: при 10%-ном повышении уровня образования производительность труда возрастает на 8,6%. При таком же увеличении акционерного капитала производительность увеличивается на 3-4% [1].

В соответствии с теорией менеджмента совершенно очевидно, что управлять можно только тем объектом, который поддается измерению. Оценка интеллектуального капитала РИС поможет сформировать ее долгосрочную стратегию в постоянно меняющейся внешней среде, т.е. позволит обеспечить ее устойчивое развитие.

Оценка и управление использованием интеллектуального капитала РИС будет способствовать повышению конкурентоспособности региона и его инновационному развитию и позволит: - выявить факторы и резервы развития РИС; - повысить инновационную активность региона; - повысить инвестиционную привлекательность региона.

Региональная инновационная система – это совокупность взаимосвязанных организаций и структур, занятых созданием и коммерческой реализацией новых научных знаний и технологий в пределах региональных границ определенной национальной территории страны.

Создателями инноваций являются инновационные и производственные фирмы, научно-исследовательские институты фундаментального и прикладного профиля, вузы, отдельные изобретатели. Круг потенциальных потребителей инноваций может быть достаточно широким, так как рынок инноваций может иметь не только отраслевой характер. Поэтому потенциальными потребителями инноваций могут быть коммерческие и государственные компании, малые и средние инновационные фирмы, организации прикладного профиля.

Оценка интеллектуального капитала РИС предполагает оценку интеллектуального капитала предприятий и организаций, являющихся ее элементами.

Необходимость оценки обусловлена важностью осознания истинной ценности компании, получением оценочных показателей успешного развития, привлекательностью для инвесторов.

Рассмотрим различные методы оценки интеллектуального капитала предприятий, разработанные отечественными и зарубежными исследователями.

Традиционные методы экономических оценок и измерений, базирующиеся на принципах бухгалтерского учета, перестали быть адекватными условиях сегодняшнего дня. Еще в 2001 г. голландский исследователь Д.Андриссен критиковал тенденцию учета интеллектуального капитала на основе классического бухгалтерского метода двойной записи как противоречащую сущности интеллектуального капитала [2].

Традиционная бухгалтерская практика трактует торговую марку как нематериальный актив, который, по аналогии с материальным активом, в процессе своего использования теряет свою стоимость и переносит частями

свою стоимость на производимый продукт. В связи с этим, нематериальные активы учитываются по тем же правилам, что и материальные, к ним применяются нормы амортизации и производится их списание. В то же время, торговая марка или бренд в процессе их эксплуатации не только не теряют своей стоимости, но, наоборот, часто ее наращивают. А многие элементы вообще не находят отражения в бухгалтерских балансах, в том числе связи с потребителями, квалификация персонала, каналы распределения, сетевые методы работы, базы знаний и др. Следовательно стоимость компании определяется не только бухгалтерской отчетностью, дающей информацию о балансовой стоимости компании. Истинная стоимость определяется рыночным фактором, в свою очередь рыночная стоимость может определяться с учетом активов, оборота, доходов наличного оборота и иных факторов, характеризующих финансовые результаты работы компании.

Такие исследователи экономики, основанной на знаниях, как Л. Эдвинссон, М. Мэлоун, К. Свейби, Т. Стюарт, Э. Брукинг и другие, разработали ряд методов для оценки интеллектуального капитала. В последнее время появились публикации, довольно подробно исследующие проблему оценки интеллектуального капитала. Также этот вопрос решается в работах Д. Нортон, Р. Каплана и ряда других авторов, разрабатывающих вопросы сбалансированной системы показателей.

Существует более 20 методов оценки ИК, но их можно отнести к четырем основным группам:

1) Методы прямого измерения интеллектуального капитала (Direct Intellectual Capital Methods , DIC) основываются на идентификации и оценке в денежных величинах нематериальных активов или ее компонентов. После того как оценены отдельные компоненты интеллектуального капитала выводится интегральная оценка интеллектуального капитала компании. При этом не является обязательным сложение отдельных компонентов. Для учета синергетических эффектов возможно применение различных схем получения интегрального показателя. В настоящее время обоснованные методы денежного измерения составляющих интеллектуального капитала отсутствуют.

К методологии DIC относится оценка патентов, взвешенных с учетом цитирования (Бонтис, 1996 г.), на основе которой рассчитывается технологический фактор – патенты, разработанные фирмой. Интеллектуальный капитал и его эффективность измеряются по влиянию научно-исследовательской работы на набор коэффициентов (отношение количества патентов и стоимости патентов к объему продаж), характеризующих патенты фирмы.

В соответствии с методологией «Технологический брокер» Брукинг (1996г.) оценивается ценность интеллектуального капитала на основании диагностического анализа ответов фирмы на 20 вопросов о четырех основных компонентах интеллектуального капитала.

Основные трудности применения данной группы методов касаются определения ресурсов, что всегда было слабым местом теории интеллектуаль-

ного капитала. Многие из них сосредотачиваются на частностях, особенно на интеллектуальной собственности.

Методология учета «Исследователь ценности» (Андриссен и Тиссен, 2000 г.) используется для расчета и разнесения ценности по пяти типам нематериальных активов: 1) собственные и имеющиеся в распоряжении активы; 2) навыки и неявные знания; 3) общие ценности и нормы; 4) технологии и явные знания; 5) производственный и управленческий процессы.

2) Методы рыночной капитализации (Market Capitalization Methods, MCM), когда вычисляется разность между рыночной капитализацией компании и собственным капиталом ее акционеров. Полученная величина рассматривается как стоимость ее интеллектуального капитала или нематериальных активов. Обычно используется отношение двух величин для того, чтобы устранить внешние макроэкономические факторы (к примеру, уровень процентной ставки), которые, как ожидается, оказывают примерно одинаковое влияние на изменение рыночной стоимости (капитализации) компаний.

Многие ранние схемы оценки интеллектуального капитала стремились объяснить и количественно оценить феномен разницы между очевидной ценностью компании, выраженной посредством ее рыночной оценки, и балансовой ценностью компании, рассчитанной на основе бухучета. По Эдвинссону рыночная ценность компании определяется как сумма балансовой ценности и интеллектуального капитала, что объясняет как интеллектуальный капитал влияет на эффективность работы бизнеса и в конечном счете — на рыночную стоимость. Балансовая ценность отражает лишь часть ресурсов компании и фиксирует текущие размеры только материальных и денежных ресурсов.

Существуют три проблемы, касающиеся увязывания интеллектуального капитала и балансовой ценности с рыночной ценностью компании. Во-первых, балансовая и рыночная ценности измеряются в разных единицах — искусственных и реальных деньгах, соответственно, что вносит ошибки и делает весь процесс бессмысленным с самого начала, поскольку нельзя прибавлять или вычитать объекты, измеряемые в разных единицах. Во-вторых, поскольку создание ценности в компании зависит от сложного взаимодействия ресурсов, балансовая ценность и интеллектуальный капитал не являются разделяемыми переменными, как подразумевает приведенное уравнение. И, наконец, рыночная ценность обуславливается факторами, внешними для компании, а ценность составляющих интеллектуального капитала зависит от точки зрения наблюдателя [3].

Концептуально метод противоречив, так как числитель и знаменатель представляют разные вычислительные процедуры. Балансовая стоимость — отражение принципов бухгалтерского учета, событий и решений, уже произошедших в компании, а рыночная стоимость — отражение текущей деятельности и стратегического положения. Даже без учета внешних макроэкономических факторов разница между рыночной и балансовой стоимостью отражает не только величину ИК, но и ожидания инвесторов по поводу

стратегии и будущих прибылей — фактор, не имеющий прямого отношения к ИК. Разделить эти два эффекта в методике невозможно. Market-to-Book Ratio используется иногда для проведения панельных эконометрических исследований, однако использование его в практических задачах затруднительно. В России с ее неразвитым финансовым рынком и малым числом эмитентов, такой метод для оценки ИК использовать практически невозможно [4].

К этой группе относится, например, «коэффициент Тобина», который определяется как отношение рыночной стоимости компании к стоимости замещения ее реальных активов (зданий, сооружений, оборудования и запасов). Высокое значение «коэффициента Тобина» косвенно отражает ценность вложений в человеческий капитал, технологии и исследования и разработки, а также может характеризовать степень эквивалентности и выгоды товарного обмена компании. Изменение этого коэффициента косвенно отражает эффективность использования интеллектуального капитала.

Высокая оценка интеллектуального капитала означает признание рынком важности корпоративных знаний на ранних стадиях инновационного цикла. Одновременно это означает возможность капитализации знаний, идей до их товарного воплощения. Высокий уровень коэффициента Тобина свидетельствует о возможности достоверной оценки экономического эффекта будущих инноваций и соответствующих продаж на ранней стадии инвестиционного цикла. Риски, которые ранее были лишь рисками предпринимателей, в настоящее время с помощью современных институтов и механизмов оцениваются фондовым рынком и переносятся на более широкий круг инвесторов [5].

Такая модель позволяет достаточно быстро и просто оценить величину ИК для ряда сопоставимых компаний, для расчетов используют надежные данные. Однако при этом никак не учитываются какие-либо другие факторы, которые могут оказать влияние на капитализацию компании.

Практически «коэффициент Тобина» может быть использован для оценки значимости интеллектуального капитала в различных отраслях. По расчету специалистов Carnegie Group отношение рыночной стоимости к балансовой в различных отраслях показывает, что чем сложнее используемые технологии, тем выше среднеотраслевое значение этого показателя.

3) Методы отдачи на активы (Return on Assets methods, ROA). Отношение среднего дохода компании до уплаты налогов за некоторый период к материальным активам компании - ROA компании - сравнивается с аналогичным показателем для отрасли в целом. Чтобы вычислить средний дополнительный доход от интеллектуального капитала, полученную разность умножают на материальные активы компании. Далее путем прямой капитализации или дисконтирования получаемого денежного потока можно определить стоимость интеллектуального капитала компании. В качестве примера можно привести такой метод, как экономическая добавленная ценность (Стюарт, 1997 г.). Расчет производится путем корректировки опубликованной прибыли фирмы с учетом издержек, связанных с нематериальными ак-

тивами. Изменение экономически добавленной ценности свидетельствует о производительности интеллектуального капитала или ее отсутствии. Данная методология помогает объяснить финансовую сторону деятельности компании и привязать ее изменения к эффективности использования ресурсов интеллектуального капитала.

Методология «Коэффициент добавленной ценности от интеллектуального капитала» (Пулич, 1997 г.) позволяет измерить в каком объеме и насколько эффективно интеллектуальный капитал и применяемый капитал создают ценность, опираясь на соотношение трех главных компонентов: применяемого капитала, человеческого капитала и структурного капитала.

4) Методы балльных оценок (Scorecard Methods, SC). Идентифицируются различные компоненты нематериальных активов или интеллектуального капитала, а затем определяются индикаторы и индексы в виде оценочных карт или графиков. Применение SC-методов не предполагает получения денежной оценки интеллектуального капитала. Эти методы подобны методам диагностической информационной системы. Может рассчитываться сводный индекс. Сюда относится широко известная сбалансированная система показателей.

Идеология сбалансированных показателей впервые появилась во Франции в виде Tableau de Bord. Эта система показателей создана в 1992 г. профессорами Гарвардской школы экономики Р. Капланом и Д. Нортонном и предполагает измерение групп показателей, определенных в заранее заданных областях. Индикаторы определяются на основе стратегических целей фирмы, эффективность работы которой оценивается по четырем основным фокусным направлениям:

1) финансы – финансовые показатели (прибыль, доходность занятого капитала, добавленная стоимость, ликвидность, величина дебиторской задолженности, прирост продаж и др.) оценивают экономические последствия предпринятых действий и являются индикаторами соответствия стратегии организации, ее осуществления и воплощения общему плану усовершенствования организации в целом;

2) клиенты – показатели, характеризуют реакцию среды на способность компании удовлетворять потребности клиентов для достижения финансовых целей (привлечение новых клиентов, удержание клиентов, объем продаж постоянных клиентов, доходность в расчете на клиента, уровень обслуживания, объем и доля целевого сегмента рынка и др.) позволяют менеджерам сформулировать стратегию ориентированную на потребителя и целевой сегмент рынка таким образом, чтобы в будущем она обеспечила исключительную доходность;

3) внутренние бизнес-процессы – показатели (затраты на обеспечение качества, время на освоение новой продукции, объем запасов, время обработки заказа, количество и частота сбоев производственного процесса, количество забракованной продукции и др.) фокусируются на процессах, осуществляющих основной вклад на пути достижения намеченных финансовых результатов и удовлетворения покупателей. Эффективность бизнес-

процессов определяет ценность предложения компании, от которого зависит количество привлеченных клиентов и конечный финансовый результат;

4) обучение и развитие персонала (инновационная активность персонала) – показатели (текучесть персонала, удовлетворенность работой, расходы на обучение, время обучения, уровень знаний, индекс удовлетворенности сотрудников, количество рацпредложений, скорость получения информации, необходимой для принятия управленческих решений, генерация инициатив, эффективность работы информационной системы и др.), способные обеспечивать эффективность ключевых бизнес-процессов с помощью основных нематериальных активов — компетентности и культуры персонала, управленческой и технологической инфраструктуры, чтобы обеспечить улучшение положения и долговременный рост. Развитие организации является синергетическим результатом трех основных факторов: человеческих ресурсов, информационных систем и организационных процедур. Для того чтобы обеспечить себе долгосрочное присутствие на рынке, бизнес должен инвестировать средства в повышение квалификации своих сотрудников, информационные технологии и процедуры.

Реальные результаты применения BSC изучались очень мало, однако те данные, которые существуют, приводят к некоторым тревожным выводам: главный заключается в отсутствии положительного влияния ее использования на работу фирмы. Причиной этого может быть то, что система сбалансированных показателей не соответствует критериям измерительной системы, а следовательно, не обладает предсказательной способностью, и если решения принимаются на ее основе, то результат может отличаться от ожидаемого [6].

Данная система заявляет наличие причинной связи между показателем в системе балльных оценок и соответствующим бизнес-процессом, но не демонстрирует причинную связь между конкретным процессом и созданием ценностей в компании.

К этой группе методов также относятся: - методы анализа рыночных активов (опрос покупателей, анализ продаж, анализ коммерческих расходов, анализ конкурентоспособности); - методы анализа интеллектуальных активов (анализ рыночного спроса, анализ конкурентоспособности, анализ коэффициента окупаемости инвестиций в компьютерные системы, анализ дополнительных ценностей); - методы анализа человеческих активов (тестирование и аттестация, интервьюирование сотрудников, анкетирование, выявление знаний, оценка методом 360 градусов.

Результатом применения методов балльных оценок может стать система показателей оценки интеллектуального капитала РИС. Причем справедливо рассматривать два подхода. Первый основан на разработке системы показателей формирования, развития и использования интеллектуального капитала. Второй на определении показателей человеческого, структурного и потребительского капитала. Выбор подхода зависит от целей оценки интеллектуального капитала РИС.

К представленным выше четырем группам следует добавить пятый пункт:

5) Это точные измерительные системы, использующие все параметры, которые представляют ценность для самой компании или для ее окружения, и разбивают их на атрибуты, которые можно измерить. Эти атрибуты объединяются в измерительную систему, обычно представляющую собой иерархию совместных измерений ценности, и для получения надежных расчетов ценности используются реальные данные. Эти расчеты можно объединить с финансовыми данными для определения эффективности расходования средств и других показателей.

Использование точной измерительной системы – это подход, целью которого являются полнота и надежность при рассмотрении всех аспектов ценности [7].

Интеллектуальный капитал измеряется и оценивается с помощью как стоимостных, так и не стоимостных показателей, которые трудно поддаются формализации. Оценка интеллектуального капитала формируется, исходя из прогноза результатов его будущего использования.

Методы типов ROA и MCM, предлагающие денежные оценки, имеют элемент строгости, выраженный в том, что они опираются на финансовые данные, которые могут быть аудированы и полезны при слиянии компаний, в ситуациях купли-продажи бизнеса. Они могут использоваться для сравнения компаний в пределах одной отрасли, а также для иллюстрации финансовой стоимости нематериальных активов. Наконец, данные методы основываются на установившихся правилах учета, их легко сообщать профессиональным бухгалтерам. Недостатки состоят в том, что они бесполезны для некоммерческих организаций, государственных учреждений, внутренних отделов и организаций общественного сектора (особенно MCM-методы, которые могут применяться только к публичным компаниям).

Преимущества DIC и SC методов заключаются в том, что их применяют на любом уровне организации. Они работают ближе к событию, поэтому получаемое сообщение может быть более точным и быстрым, чем чисто финансовые измерения. Данные методы также полезны для некоммерческих организаций, бизнес-подразделений, государственных учреждений, внутренних отделов и организаций общественного сектора, а также для экологических и социальных целей. Их недостатки заключаются в том, что индикаторы являются контекстными и должны быть настроены для каждой организации и определенной цели. Кроме того, эти методы новы и нелегко принимаются обществом и менеджерами, которые привыкли рассматривать все с финансовой точки зрения. А комплексные подходы порождают большие массивы данных, которые трудно анализировать и связывать.

Методы DIC и в меньшей степени – методы SC, обладают потенциалом создания более полного представления о здоровье организации, в отличие от финансовых показателей, и непосредственно предназначены для помощи руководителям.

Методологии MS, при надлежащей реализации, предлагают возможность не только надежного измерения, но и правильного комбинирования ресурсов интеллектуального капитала с финансовыми ресурсами. Причем измерению подлежат все ресурсы компании. Все другие подходы основаны на предположении того, какие ресурсы являются главными и их количественной оценки в каком-либо виде.

Все существующие методы оценки можно разделить на общие (методы рыночной капитализации, методы отдачи на активы), использующие инструменты финансового менеджмента, оценки бизнеса и анализа финансово-хозяйственной деятельности, и прямые (методы прямого измерения интеллектуального капитала, методы подсчета показателей), опирающиеся на маркетинг и менеджмент. Общие методы оценивают интеллектуальный капитал с количественной стороны, а прямые – в большей степени с качественной. Для некоторых компонентов интеллектуального капитала (например, способность думать, навыки, уровень инновационной культуры) невозможно получить численные оценки его величины, качественные показатели дают огромные возможности для анализа и принятия управленческих решений по совершенствованию использования и повышению эффективности ИК.

Анализ показывает, что различные методы оценки интеллектуального капитала не противоречат друг другу. И ни один из методов оценки не удовлетворяет сразу всем возможным целям оценки. Поэтому наиболее эффективна интеграция нескольких методов, в зависимости от ситуации, целей и возможностей организации.

Список литературы

1. Управление знаниями в инновационной экономике / Под ред. Б.З. Мильнера. - М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. С.77.
2. Управление знаниями в инновационной экономике / Под ред. Б.З. Мильнера. - М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. С.81.
3. Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. Интеллектуальный капитал: практика управления / Пер. с англ. Под ред. В.К. Дерманова. – 2-е изд. – С.П.б.: Изд.-во « Высшая школа менеджмента»; Издат. Дом. С.-Петербур. Ун-та, 2008. С. 266.
4. Лукичева Л.И., Салихов М.Р. Подходы к оценке стоимости интеллектуального капитала организаций. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. - №4.
5. Гапоненко А.Л., Орлова Т.М. Управление знаниями. Как превратить знания в капитал. – М.: Эксмо, 2008. С.133-134
6. Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. Интеллектуальный капитал: практика управления / Пер. с англ. Под ред. В.К. Дерманова. – 2-е изд. – С.П.б.: Изд.-во « Высшая школа менеджмента»; Издат. Дом. С.-Петербур. Ун-та, 2008. С. 267.
7. Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. Интеллектуальный капитал: практика управления / Пер. с англ. Под ред. В.К. Дерманова. – 2-е изд. – С.П.б.: Изд.-во « Высшая школа менеджмента»; Издат. Дом. С.-Петербур. Ун-та, 2008. С. 269.

Вопросы противодействия коррупции на региональном уровне

В Национальной стратегии противодействия коррупции, утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 13 апреля 2010 г. № 460 отмечается, что «несмотря на предпринимаемые государством и обществом меры, коррупция по-прежнему серьезно затрудняет нормальное функционирование всех общественных механизмов, препятствует проведению социальных преобразований и модернизации национальной экономики, вызывает в российском обществе серьезную тревогу и недоверие к государственным институтам, создает негативный имидж России на международной арене и правомерно рассматривается как одна из угроз безопасности Российской Федерации». Основой успешной антикоррупционной деятельности является системное понимание коррупции, комплексная диагностика причин коррупции, определение условий и факторов, способствующих распространению и самовоспроизводству данной социальной болезни, позволяющая выработать своего рода «иммунитет». В последнее время обращение к понятиям «коррупция», «противодействие коррупции», «антикоррупционная политика» стало ключевой повесткой дня как в средствах массовой информации, так и в выступлениях на самом высоком политическом уровне. В этих условиях возникает целый ряд вопросов, связанных с причинами усиленного внимания к данной проблеме: вызвано ли оно реальным ростом коррупции или осознанием опасности данного явления, парализующего нормальную экономическую и политическую жизнь страны.

Коррупция, являясь неизбежным следствием избыточного администрирования со стороны государства, по-прежнему серьезно затрудняет нормальное функционирование всех общественных институтов, препятствует проведению социальных преобразований и повышению эффективности национальной экономики, вызывает большую тревогу в российском обществе и порождает недоверие к государственным структурам, создает негативный имидж России на международной арене и правомерно рассматривается как одна из угроз безопасности России. Коррупция имеет множественные основания для своего возникновения и широкого распространения в политической, экономической, культурно-духовной, социально-структурной организации общества. Но все ее проявления в большей степени ощутимы в реальной социальной жизни, сказываются на ее уровне, степени защищенности граждан, обеспеченности их прав и свобод. Коррупцированное государство не может быть ни демократическим, ни правовым, ни экономически развитым, ни социальным. В этой связи с этой проблемой реализации эффективной антикоррупционной политики является одной из приоритетных задач.

Как показывает мировой опыт, успешное социально-экономическое развитие общества во многом зависит от качества государственного управления, от

разграничения полномочий между уровнями власти, от эффективности исполнительной власти, характера взаимодействия органов центральной власти с органами местного самоуправления. В свою очередь эффективность управления во многом зависит от таких ключевых факторов, как стабильность, прозрачность административных процессов, способность противодействовать коррупции, качество предоставления публичных услуг населению, приоритет закона при принятии административных решений. Коррупция деформирует существующие легальные методы и механизмы управления общественными процессами и влечет антисоциальные последствия.

В течение января-сентября 2010 года сотрудниками органов внутренних дел Саратовской области выявлено 115 фактов получения взятки, что на 6,5% больше уровня прошлого года. Число преступлений, связанных с дачей взятки, возросло на 15,5%. Общее количество выявленных преступлений, совершенных с использованием служебного положения должностными лицами, государственными служащими и служащими органов местного самоуправления, а также лицами, выполняющими управленческие функции в коммерческой или иной организации, увеличилось на 24,4%. Общая сумма причиненного материального ущерба по расследованным выявленным экономическим и должностным преступлениям, следствие по которым обязательно, составила 530089 тыс. рублей. Вместе с тем, необходимо отметить, что коррупционные связи возникают как реакция на неэффективность государственных институтов, их фрагментацию и персонализацию. Эти связи подпитываются тем обстоятельством, что огромный объём обменов (политических, информационных, ресурсных и других) основываются на неформальных, межличностных договоренностях.

По данным опроса общественного мнения, проведенного в декабре 2008 года Центром социальных исследований «РОСС-XXI век» в Саратовской области, только 14 % населения считает, что, несмотря на наличие коррупции, ситуация в целом находится под контролем органов правопорядка (в 2007 году – 13 %). При этом 64 % населения считает, что коррупция поразила все структуры власти (в 2007 году – 59 %). Эти показатели вызывают тревогу, поскольку отражают мнение населения по вопросу о состоянии коррупции в области. Выражая мнение о стратегии борьбы с коррупцией, 86 % населения полагает, что для успешной борьбы необходимо усиление наказаний за коррупционные преступления (в 2007 году – 59 %). При значительном количестве ставших известными фактов коррупции этот показатель отражает степень озабоченности населения состоянием коррупции и желание минимизировать её уровень радикально и в короткие сроки. В то же время 45 % населения выразили мнение, что эффективным способом решения проблемы является также изменение законодательства области по результатам антикоррупционной экспертизы (в 2007 году – 36 %). Среди эффективных мер по противодействию коррупции население также выделило обеспечение доступа к информации о деятельности органов государственной власти (49 % опрошенных), публикации антикоррупционной направленности в средст-

вах массовой информации (48 % опрошенных), повышение правовой грамотности и культуры населения (57 % опрошенных).

Антикоррупционная политика как искусство возможного состоит из нескольких направлений развития, прежде всего из сочетаний стратегии осознания, предупреждения и пресечения. Основные мероприятия по противодействию коррупции в органах власти укладываются в три основных направления:

1) пресечение преступлений, связанных с коррупцией, что представляет собой зону ответственности правоохранительных органов;

2) ограничение возможностей для коррупции, связанное с ликвидацией причин и условий коррупционных проявлений: регламентация деятельности, антикоррупционная экспертиза правовых актов, обеспечение подконтрольности и прозрачности деятельности служащих (зона ответственности политического и административного уровней управления);

3) формирование условий для неприятия коррупции в обществе и на индивидуальном уровне, что представляется зоной ответственности самого общества.

В обществе и управленческой практике по-прежнему доминирует репрессивное сознание в сфере противодействия коррупции. Прямолинейный подход к искоренению коррупции может также отрицательно сказаться на принципах свободы личности и основных правах человека. Поэтому цель противодействия коррупции заключается скорее в значительном повышении эффективности и действенности системы управления в государственном и негосударственном секторах. В самом общем виде можно утверждать, что уровень коррупции прямо пропорционален степени закрытости общества. Различные виды протекционизма и патернализма повышают вероятность коррупционных действий.

Антикоррупционная политика заключается в разработке и осуществлении разносторонних и последовательных мер государства и общества по устранению (минимизации) причин и условий, порождающих и питающих коррупцию в разных сферах жизни. Учитывая, что коррупция без постоянного противодействия ей имеет свойство расширяться и мимикрировать. Таким образом, актуализируется потребность разработки механизмов, как позволяющих уменьшить масштабы коррупции в краткосрочном плане, так и о выработке и проведении антикоррупционной политики как постоянно действующей органичной функции. При этом эффективность данной функции в значительной степени будет зависеть от того, насколько активно в ее реализации примут участие структуры гражданского общества. Для успешной реализации антикоррупционной политики важно осмысление социальной сущности коррупции, состоящей в том, что оно является одновременно и следствием и причиной утраты обществом каких-то базовых факторов продуктивной социальной самоорганизации и заполнения образовавшегося вакуума суррогатными регуляторами. Поиск таких факторов необходимо начать с исследования нравственности как высшего регулятора в системе соци-

ального развития общества. Для этого нужны последовательная политика и объединенные усилия не только всех органов власти, но и самого общества.

Для успешной реализации антикоррупционной политики важно осмысление социальной сущности коррупции, состоящей в том, что она является одновременно и следствием и причиной утраты обществом каких-то базовых факторов продуктивной социальной самоорганизации и заполнения образовавшегося вакуума суррогатными регуляторами. Для этого нужны последовательная политика и объединенные усилия. В этой связи принципиальными становятся формирование антикоррупционного сознания как в обществе в целом, так и в профессиональной среде государственных гражданских служащих. Профессионализм и компетентность являются важнейшими аспектами в профилактике коррупционных трансакций. Серьезные и согласованные реформы, связанные с реализацией антикоррупционной политики, должны включать в себя следующие аспекты: политическая воля в противодействии коррупции, четкое определение стратегии и системы мер; акцент на предотвращение, профилактику коррупции и стремление изменить саму систему, а не устраивать периодически «охоту на ведьм»; установление наиболее сбалансированных и взаиморегулируемых отношений между государством, местным самоуправлением, общественными организациями, частным сектором, отдельными гражданами.

Не отрицая важности правовых механизмов в сфере противодействия коррупции, необходимо акцентировать внимание именно на формировании антикоррупционного сознания, так как гораздо сложнее изменить мотивы профессиональной деятельности и модели поведения. Изменения в административных процессах и технологиях вторичны, прежде всего, необходимы изменения в сознании человека, в этих процессах участвующего и этими процессами управляющего. Серьезные и согласованные реформы, связанные с реализацией антикоррупционной политики, должны включать в себя следующие моменты: политическая воля в противодействии коррупции, четкое определение стратегии и системы мер; акцент на предотвращение, профилактику коррупции и стремление изменить саму систему, а не устраивать периодически «охоту на ведьм»; установление наиболее сбалансированных и взаиморегулируемых отношений между государством, местным самоуправлением, общественными организациями, частным сектором, отдельными гражданами.

Проблема создания эффективных мер, средств и механизмов противодействия коррупции на региональном уровне не менее сложна и многогранна для решения, чем само явление коррупции. Поэтому разработка и реализация региональной антикоррупционной политики должны получить надлежащее научное обеспечение, необходимо определение важнейших приоритетов, ресурсное обеспечение, в том числе и относительно использования социальных ресурсов — кадровых, социально-институциональных, социально-психологических, социально-культурных.

Некоммерческая организация как особая форма экономической деятельности

Некоммерческий сектор, призванный реализовывать духовные, социальные, культурные, благотворительные цели, играет крайне важную роль в обществе. Резкое повышение значения некоммерческой сферы для развития экономики требует переоценки всего традиционно сложившегося подхода к ее месту и роли в системе хозяйствования. В условиях расширения и совершенствования рыночных отношений экономические проблемы функционирования некоммерческих организаций приобретают все большее теоретическое и практическое значение, как в России, так и за рубежом.

На протяжении длительного времени российская экономическая наука подразделяла национальное хозяйство на производственную и непроизводственную сферы, исходя из процессов создания, распределения и перераспределения национального дохода. К непроизводственной сфере относили такие отрасли как «культура и искусство», «наука и научное обслуживание», «здравоохранение», «социальное обеспечение» и т.д. Термин «непроизводственный» объяснялся тем, что данная сфера не только не возмещает использованные фонды, но и не производит имеющую самостоятельное движение продукцию.

В настоящее время использование понятий производственной и непроизводственной сферы утратило свою актуальность, что вызвано, прежде всего, пересмотром ряда экономических категорий.

Любую сферу экономики можно считать «производительной», так как она занимается созданием различного рода благ, материальных или нематериальных. Под производством нематериальных благ чаще всего подразумевается процесс создания духовных, интеллектуальных, культурных и иных ценностей, направленных на сохранение и расширение образовательного, трудового потенциала общества, формирование условий всестороннего развития личности, воздействие на общественное сознание. Результаты нематериального производства имеют различные формы проявления. Они могут выступать в качестве индивидуальных (образование, лечение и др.) и общественно-полезных эффектов (реализация религиозного чувства, повышение культурного уровня и др.). В конечном счете, производство нематериальных благ является одним из решающих факторов роста производительности труда в материальном производстве. В соответствии с этим в научной литературе вместо понятий производственной и непроизводственной сферы все чаще используются понятия коммерческого и некоммерческого сектора, получившие широкое распространение после принятия Гражданского Кодекса Российской Федерации.

Сравним трактовки НКО в разных странах. В законодательстве многих стран не существует специального юридически четко определенного поня-

тия «неправительственная некоммерческая организация». Особенно это характерно для стран прецедентного права (США, Великобритания). В то же время многие страны континентального (кодифицированного) права также не имеют общего законодательного определения некоммерческой организации (например, Швеция). Вместо этого употребляются более конкретные понятия: «некоммерческая ассоциация», «фонд», «добровольческая организация», «благотворительная организация» и т.п., определяемые либо специфическими законами, либо устоявшейся практикой и внутренними документами (уставами) таких организаций.

В английском языке для обозначения неправительственных некоммерческих организаций используются несколько терминов. Среди наиболее часто встречающихся, например:

not-for-profit organization (NFPO) – организация, не нацеленная на извлечение прибыли (данный термин употребляется преимущественно в США, а также в международном обороте для общего обозначения организаций подобного рода);

non-governmental organization (NGO) – неправительственная организация (данный термин чаще всего применяется как обобщающий для различных стран в документах международных организаций);

charity – благотворительная организация (данный термин применяется, в частности, в Великобритании и имеет там гораздо более широкое значение, чем современное русское значение слова «благотворительность», поскольку охватывает весь спектр общественно полезных неправительственных некоммерческих организаций);

nonprofit organization (NPO) – неприбыльная организация (термин, постепенно выходящий из употребления);

private voluntary organization (PVO) – частная добровольческая организация;

civil society organization (CSO) – гражданская (общественная) организация.

Несмотря на разнообразие терминологии, с организационно-экономической точки зрения все эти предприятия характеризуются рядом общих черт:

- имеют институционально закрепленную структуру;
- отделены от государства;
- не распределяют прибыль среди своих учредителей или руководителей;
- самоуправляемы;
- добровольны (закон не требует обязательного членства, участия в них, их деятельность в определенной мере зависит от добровольных пожертвованных или волонтерского труда)¹¹⁶.

В русском языке наиболее часто употребляются термины «некоммерческая организация» (НКО), «неправительственная организация» (НПО), бла-

¹¹⁶ Егорова, Л.В. Формы взаимодействия некоммерческих организаций с государством / Л.В. Егорова // Известия вузов. Обществ. науки. Ростов н/Д. - 2005. - № 10. – С 32-45

готовительная организация. В российской практике регулирования «третьего сектора» экономики наиболее распространенным стал термин «некоммерческая организация», определенный Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом «О некоммерческих организациях». В соответствии с которыми, некоммерческими организациями являются юридические лица, не имеющие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющие полученную прибыль между участниками. Некоммерческие организации могут осуществлять предпринимательскую деятельность лишь постольку, поскольку от этого зависит достижение целей их создания.

К коммерческому сектору относятся различного рода предприятия, основной целью которых является получение прибыли (см. табл. 1.). Некоммерческая сфера, как уже было отмечено, наоборот, объединяет организации, которые не рассматривают в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяют полученную прибыль между участниками. Их работа направлена на достижение культурных, образовательных, научных, благотворительных и иных общественно-полезных целей. Разнообразные цели деятельности некоммерческих организаций В.Э. Гордин объединяет в одну задачу роста «социального капитала общества». Под «социальным капиталом» автор подразумевает такую «систему общественных взаимоотношений, которая предполагает разнообразные формы взаимопомощи и сотрудничества членов отдельных социальных общностей»¹¹⁷.

В России некоммерческая организация может быть создана в форме общественной и религиозной организации (объединения), фонда, учреждения, некоммерческого партнерства, автономной некоммерческой организации, потребительского кооператива, объединения юридических лиц (ассоциации и союзы), государственной корпорации, товарищества собственников жилья, садоводческого, огороднического или дачного некоммерческого товарищества. Выбор формы некоммерческой организации зависит от ряда факторов, таких как, цели деятельности, источники финансирования, отношения с учредителями и др.

Итак, миссия некоммерческих организаций отражает важнейшие социальные задачи того или иного региона. Вместе с тем, формулировка миссии отнюдь не запрещает некоммерческим организациям заниматься прибыльными направлениями работы, но статус таких организаций требует использования полученной прибыли исключительно на цели развития основной некоммерческой деятельности предприятия.

На данную особенность указывают также Л.Н. Демидова, И.М. Шейман и Л.И. Якобсон, рассматривая «ограничение по распределению прибыли или имущества среди учредителей, доноров, управленческого корпуса и персонала» в качестве ключевого критерия функционирования некоммерческих структур.¹¹⁸

¹¹⁷ Гордин, В.Э. Неприбыльный сектор — элемент новой социальной парадигмы. / В.Э. Гордин. // Известия СПбУЭФ. № 1 1996. - С. 62.

¹¹⁸ Коммерческая и некоммерческая деятельность в социальной сфере./ Под ред. И.М. Шеймана и др. — М.: Наука, 1995, с. 14.

Цель и право коммерческих и некоммерческих организаций

Сравнительные признаки	коммерческие организации	некоммерческие организации
1. Цель деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • получение прибыли 	<ul style="list-style-type: none"> • культурные, образовательные, благотворительные и др. общественно-полезные цели • извлечение прибыли не основная цель деятельности
2. Право на осуществление предпринимательской деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • создаются для осуществления предпринимательской деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> • могут осуществлять предпринимательскую деятельность только в том случае, если она служит для достижения уставных целей.

Источник: Кузьмин, Г.В. Некоммерческие организации / Г.В. Кузьмин. - М.: Юрист, 2005. – С.96-98.

В случае ликвидации неприбыльной организации, ее имущество не распределяется между заинтересованными лицами (кредиторами, сотрудниками и др.), а направляется для продолжения заявленной некоммерческой деятельности. Таким образом, имущество некоммерческой организации служит общественно-полезным целям независимо от того, действует или нет некоммерческая организация.

Итак, ограниченное использование прав собственности некоммерческих организаций служит гарантией выполнения социальных и духовно-нравственных задач. Однако отсутствие возможности в полной мере реализовать право собственности не позволяет им активно диверсифицировать свою деятельность и менять ассортимент производимых благ, что делает неприбыльные организации менее устойчивыми на рынке, по сравнению с частнопредпринимательскими структурами. Ограничение на распределение доходов в некоммерческих организациях приводит к снижению стимулов для эффективного функционирования неприбыльных структур по сравнению с коммерческими предприятиями. Заинтересованность сотрудников, управленцев, учредителей, попечителей в развитии основной деятельности некоммерческой организации обеспечивается в основном нематериальными выгодами, что не всегда приводит к ожидаемым результатам.

Кроме того, специфика хозяйственного механизма некоммерческих организаций требует применения особых показателей для оценки эффективности их деятельности. В отличие от прибыльных предприятий анализ эффективности работы некоммерческих организаций носит двойственный характер. Помимо экономической оценки, большое значение придается анализу социальных и духовно-нравственных результатов, которые отражают степень достижения основных целей деятельности некоммерческой организации.

В настоящее время доля некоммерческих организаций (НКО) в ВВП государства составляет 1%, что сопоставимо с долей текстильной промышленности. В российских НКО работают порядка 440 тыс. человек, общее количество организаций, имеющих статус НКО - 16,18% юридических лиц.

Кроме того, характеризуя НКО, следует отметить, что на сегодняшний день общепризнанным в мировой практике обозначением некоммерческой, благотворительной инициатив является термин «третий сектор» (первый сектор – государственный, второй сектор – коммерческий). Он ориентируется в основном на решение социально-политических и духовно-нравственных проблем, от которого по тем или иным причинам устранилось государство. Это проблемы, во-первых, детей и молодёжи (среди исследуемых организаций ими занимаются почти 24%): беспризорничество, малолетний труд и малолетняя преступность, издевательства над детьми, пребывание в детских домах и жизненные трудности, с которыми сталкиваются те, кто покидает их по возрасту. Сюда же следует отнести общее снижение шансов на получение образования и возможностей для общего развития выходцев из семей, имеющих доходы ниже среднего по стране уровня. Ещё одна сторона вопроса – снижения качества обучения, усугубляющее и без того большие сложности с трудоустройством. Молодёжь плохо обеспечивается жильём, ибо не располагает средствами для его покупки, и испытывает трудности с организацией цивилизованного досуга, что служит питательной средой роста антиобщественных явлений. Во-вторых, - сирот, стариков и инвалидов, особенно одиноких, включающие вопросы элементарного медицинского обслуживания, социальной адаптации, материальной поддержки, наконец, просто человеческого внимания. В-третьих, - беженцев, возможности для сотен тысяч людей получить соответствующий статус и документы, затем жильё и работу; перспективы дальнейшей адаптации. В-четвёртых, - безработицы и трудоустройства тех, кто от неё пострадал, а это миллионы людей при наличии тенденции к росту числа лишившихся работы. В-пятых, – экологии, усиливающегося разрушения среды обитания. В-шестых, - армии (неудовлетворительное материальное обеспечение военнослужащих, в том числе солдат, часто нездоровый моральный климат в армейских подразделениях). В-седьмых, - верующих людей и тех, кто озабочен духовно-нравственным состоянием общества.

Перечень подобного рода проблем, а следовательно и задач, в решении которых активную роль может играть «третий сектор», гораздо шире. Но главным является определение направлений и мер содействия эффективной работы предприятий третьего сектора страны.

К вопросу об оптимизации налоговой нагрузки на хозяйствующих субъектов

Важным условием успешного развития любой страны является динамичный рост производства. Большое влияние на этот рост оказывает объем изъятия части дохода налогоплательщиков в виде налоговых платежей. Совокупное воздействие налогов на налогоплательщика характеризуется понятием «налоговая нагрузка», которая определяется как соотношение полученного налогоплательщиком дохода и суммы уплаченных налоговых платежей, обычно за определенный финансовый год.

Обращаясь к истории отечественной школы налогообложения, можно отметить, что ее основы были заложены в дореволюционной России более двух веков назад и не потеряли своей актуальности в наши дни. При этом приоритеты в своих исследованиях российские финансисты отдавали проблемам обоснования возможной тяжести налоговой нагрузки и влияния налогов на развитие отечественной экономики.

В 90-х годах XIX века российский академик И.И. Янжул в книге «Основные начала финансовой науки» попытался обосновать объективные границы налогового бремени. Он высказал свое твердое убеждение, что финансовые потребности государства не должны вступать в противоречие с фактическими возможностями налогоплательщиков уплачивать налоги, не снижая жизненного уровня, не подрывая возможностей расширенного воспроизводства. Он писал: «...Между этими двумя границами обложения и вращаются все налоговые вопросы; борьба этих двух начал в финансовой истории налагает даже особый отпечаток на всю жизнь народа»¹¹⁹.

Эти идеи приобрели в последующие десятилетия достаточно широкий круг сторонников в российской финансовой науке. С.Ю.Витте подчеркивал, что «государство, обладая правом отчуждать в свою пользу посредством налогов некоторую долю имущества частных лиц, должно руководствоваться в своей налоговой политике определенными этическими и экономическими началами. В противном случае, отягчая население несправедливыми и непосильными сборами, оно подрывало бы самый смысл и разумное основание своего существования»¹²⁰.

За всеми этими высказываниями просматривается одна объединяющая их идея поиска оптимальной налоговой нагрузки, которая способна удовлетворить финансовые потребности государства и быть посильной ношей для налогоплательщика. В трудах российских ученых реализация этой идеи рассмат-

¹¹⁹ Янжул И.И. Основные начала финансовой науки. – СПб., 1890, с. 238.

¹²⁰ Витте С.Ю. Конспект лекции о народном и государственном хозяйстве. – СПб., 1912, с. 467.

ривалась, прежде всего, в рамках определения характера и оптимального сочетания систем прямого и косвенного налогообложения.

Реформирование налоговой системы осуществляется посредством снижения налоговой нагрузки на производителя и обеспечение достаточной доходности бюджетной системы. В первом случае результатом может быть стимулирование производства и предпринимательства, а во втором, полнота доходной части бюджета, которая служит ресурсом инвестирования во все сферы экономики.

При определении уровня налоговой нагрузки на предприятие необходимо четко определить реальных плательщиков налогов. Реальным плательщиком налога является:

- владелец объекта налогообложения, когда обязанность платить налог возникает при самом факте существования или возникновения объекта налогообложения;

- пользователь объектом налогообложения, когда обязанность платить налог возникает только при нахождении объекта налогообложения в определенных условиях пользования.

Обязанность по уплате налога возникает именно при существовании или возникновении в определенное время и в определенном месте объекта налога — прибыли, фонда оплаты труда, имущества и т.д. Существование или возникновение объекта налогообложения всегда является предметом чьего-либо экономического интереса. Например, зарплата – интерес работника, прибыль – предприятия, недвижимость – собственника и т.д. Данный интерес предопределяется, в основном, отношениями собственности. Таким образом, получение, владение или пользование объектом налогообложения сопряжено для его собственника или пользователя с экономическими последствиями по уплате налога и, соответственно, реальным плательщиком налога является владелец данного объекта налога или его пользователь.

Выбранный объект при установлении налога не всегда точно указывает на субъект налога и, соответственно, на источник его уплаты. Так, выбор объектом налогообложения выручки предприятия означает выбором объектом прибыль предприятия, заработную плату работников, затраты на сырьё и материалы, включенные в себестоимость реализуемой продукции, суммы налогов и отчислений, находящиеся в себестоимости, другие налоги от выручки.

Предприятие является плательщиком части суммы налога от выручки, образовавшейся за счет: прибыли предприятия; сумм сырья и материалов, включенных в себестоимость реализуемой продукции, будучи их собственником; сумм налогов и отчислений, образовавшихся за счет двух вышеперечисленных элементов.

Работник становится реальным плательщиком той суммы налога с выручки, которая образовалась за счет: фонда оплаты труда; сумм налогов и отчислений, образовавшихся за счет фонда оплаты труда.

Таким образом, в случае с фактическим начислением одних налогов на другие субъект первых сумм налогов является субъектом всех последующих сумм налогов, которые образовались за счет существования сумм первых.

После однозначного определения реальных плательщиков сумм всех налогов и выявления характера воздействия различных типов налогов на деятельность предприятия можно перейти к определению уровня налоговой нагрузки на предприятие.

Предприятия в РФ уплачивают следующие налоги и отчисления: налог на прибыль организаций, НДС, акцизы, НДСП, водный налог, сборы за пользование объектами животного мира и пользование объектами водных биологических ресурсов, государственную пошлину, налог на имущество организаций, транспортный налог, земельный налог. Государство также предоставляет предприятиям наряду с общей системой налогообложения специальные налоговые режимы: упрощенную систему налогообложения (УСН); единый налог на вмененный доход (ЕНВД); единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН); систему налогообложения при выполнении соглашения о разделе продукции (СРП).

Снижение налогового бремени на производство и сферу услуг наиболее эффективно путем уменьшения прямых налогов, т.к. именно прямое налогообложение в отличие от косвенного в большей степени носит безвозвратный характер. Снижение ставок налога на прибыль, налога на доходы физических лиц, позволяет экономическому субъекту получить больше собственных средств и соответственно возможность распоряжаться ими.

Косвенные налоги имеют привлекательность по многим позициям: это и возвратный характер при реализации для производителей и предпринимателей; и стабильный источник поступлений в бюджетную систему, а при наличии набора косвенных налогов и дифференцированных ставок по ним, получаем прогрессивный, а, следовательно, справедливый метод обложения доходов различных социальных групп.

Противники косвенного налогообложения утверждают, что оно тормозит продвижение товара от продавца к покупателю. Однако косвенные налоги имеют индифферентный характер по отношению к производителю и продавцу, при условии качества, спроса и разумного подхода к ценообразованию продукта. Безусловно данные налоги утяжеляют цену товара или услуги, но при реализации происходит возмещение начисленного налога. В данном случае можно говорить о стимулирующей функции косвенных налогов, т.к. хозяйствующий субъект должен производить или брать на реализацию конкурентоспособную продукцию с позиций качества и цены. В виду того, что косвенные налоги начисляются на сформированную цену, и служат лишь отражением ее в фиксированной ставке, имеется возможность и необходимость регулировать элементы себестоимости, а также прибыль для достижения соответствующего спроса на продукцию, по предлагаемой цене, тем более что снижение прямых налогов содействует этому.

Косвенные налоги, применяемые в условиях галопирующей инфляции, являются более надежным источником, нежели прямые, т.к. они более абст-

рагированы от формирования элементов цены, и начисляются на цену в целом, что дает стабильное поступление доходов в бюджетную систему. Также косвенное налогообложение фильтрует вторичный денежный поток, осаждавая в бюджетную систему часть доходов, ушедших из-под прямого налогообложения. Доходы физических лиц, не подпадающие под прямое налогообложение, могут быть использованы на потребление, которое в основной своей массе облагается косвенными налогами. Посредством оптовой и розничной торговли часть неучтенного дохода мобилизуется в бюджетную систему в виде налога на добавленную стоимость, акцизов.

Следует также заметить, что на российском рынке значительную долю в реализации составляют импортный продукт поэтому, подавляющая часть налоговых поступлений от этого сегмента экономики будет именно за счет косвенных налогов.

Предположительно по оценкам экономистов, «теневой» капитал создает более 50% объема ВВП и создает диспропорции в структуре экономики, в частности он стимулирует быстрый рост потребительского сектора. Неучтенные доходы, ушедшие от прямого обложения, попадают под обложение косвенными налогами.

Снижение налоговой нагрузки, в частности за счет уменьшения налоговых ставок на прибыль и применения унифицированной ставки на доходы физических лиц, высвобождает большой объем прибыли и доходов в личное распоряжение хозяйствующего субъекта, а, следовательно, стимулируется инвестиционная и покупательная деятельность. Инвестиции опосредованно также попадают под косвенное налогообложение. Таким образом, косвенные налоги это стабильный и неиссякаемый источник бюджетной системы.

Последние изменения в налоговом законодательстве относительно косвенного налогообложения существенно не отразились на экономике. Так снижение НДС на 2% не оказало положительного влияния на покупательную способность граждан, т.к. свободное ценообразование на первоначальном этапе позволило лишь увеличить прибыль, а в дальнейшем это уменьшение поглотила инфляция. Ощутимого налогового послабления не ощутило и производство, однако это привело к уменьшению возможной доходности данного налога в бюджетную сферу.

Следует также отметить, что современные косвенные налоги регрессивны и тяжким бременем ложатся на покупателей, особенно на группу лиц с низкими доходами потеряла свою актуальность, регрессивность это прошлое дореволюционных акцизов. Всякий косвенный налог является самостоятельным, но, дополняя друг друга, они служат единым целям обложения доходов в расходной части физических лиц, поэтому их можно объединить в систему косвенного налогообложения.

Суммарная ставка косвенных налогов для потребителя представляется как сумма уплаченных налогов физическим лицом или домашним хозяйством в определенный период времени. Структура и объем потребления домашнего хозяйства в зависимости от дохода будут разными, соответственно и разной окажется суммарная ставка уплаченных косвенных налогов при

покупке набора товаров и услуг. Можно проследить корреляцию величины уплаченных косвенных налогов от величины имеющегося дохода.

Домашние хозяйства с невысоким уровнем доходов ориентированы на потребление товаров и услуг, где практически отсутствуют подакцизные товары, НДС в потребляемых товарах превалирует в размере 10%. Кроме того, данная группа населения часть покупок делает на негосударственных рынках, где в ценах косвенные налоги, как правило, отсутствуют. Акцизы начисляются только на дорогостоящие товары, которые не являются предметами первой необходимости, следовательно, могут быть потреблены гражданами с достаточными доходами, с соответственным увеличением налоговой нагрузки. При эластичности цен на товары первой необходимости, существует возможность домашним хозяйствам с низким доходом составлять потребительский набор, исключая подакцизные товары, товары детского ассортимента из натуральных кожи и меха, заменять на искусственные. А также делать приобретения на рынках, где в ценах косвенные налоги отсутствуют. Потребление услуг, при условии выполнения части работ собственными силами, косвенное налогообложение можно минимизировать.

Домашние хозяйства, имеющие средний и высокий достаток потребительский набор расширяют. Наряду с потреблением продуктов, которые потребляются в первой группе, появляются мясные, море- и рыбопродукты деликатесного направления, экзотические фрукты, ставки НДС по которым применяются в размере 18%. Потребление промышленных, культурных, спортивных и других товаров и услуг стремятся к бесконечности, ограничиваясь лишь доходами и предпочтениями. Суммарные ставки уплаченных косвенных налогов увеличиваются в виду того, что ставки НДС по перечисленным видам товаров в основном составляют 18%, кроме того, в потребительской корзине появляются подакцизные товары — ювелирные изделия, бензин, автомобили. При дальнейшем возрастании доходов из потребления вытесняются товары дешевые, не облагаемые косвенными налогами, расширяется ассортимент дорогих товаров и услуг, подакцизные товары присутствуют в большем объеме, доход стремится к бесконечности, и потребление также стремится к бесконечности.

Отсюда следует, что с возрастанием дохода увеличивается, и налоговая нагрузка в части косвенного налогообложения, т.е. наблюдается прогрессия. Более обеспеченная часть общества платит в бюджет больший объем налоговых платежей по более высоким ставкам. Мобилизованные суммы перераспределяются по бюджетным каналам, в результате чего домашние хозяйства с низким уровнем доходов получают от общества дополнительные денежные средства в виде различных пособий, субсидий, субвенций, льгот, налоговых вычетов т.д. Таким образом, соблюдается в определенной степени социальная справедливость.

Аккумуляция косвенных налогов в бюджете и их превалирующий характер в нем, даст возможность перераспределения государством в пользу малообеспеченных слоев населения. Кроме обеспечения функций самого государства, которое включает расходы на содержание аппарата управления,

оборону и т.п. полученные средства идут и на социальные выплаты, культуру, образование, научные расходы, т.е. тем категориям граждан, которые не платят высоких косвенных налогов. Следует также отметить, что расход на конечное потребление у малообеспеченных граждан приходится, в основном на питание. С увеличением дохода делается акцент на расходы непроизводственного характера и дорогостоящие услуги, именно в этой части происходит усиление обложения косвенными налогами, вследствие этого возрастает и прогрессивность косвенных налогов.

Косвенные налоги являются необходимой составной частью справедливого налогообложения. Они позволяют более равномерно распределить налоговое бремя между плательщиками.

Унификация подоходного налога, сокращение дифференциации ставок косвенных налогов влечет за собой усиление социальной несправедливости, т.к. от большего дохода будет отчисляться меньший взнос в процентном исчислении в пользу государства для последующего распределения. Безусловно, не все высокие доходы идут на потребление товаров и услуг, часть их идет на накопление и сбережение, которые в основной их части налогами не облагаются, за исключением покупки золота в слитках. Однако в дальнейшем опосредованно эта часть доходов также попадает под косвенное налогообложение

Из сказанного, можно заметить, что современные косвенные налоги являются примером развития передовой финансовой мысли. Именно косвенные налоги претерпели самые крупные изменения в финансовой практике. Суммарные косвенные налоги приобрели черты налогов прогрессивных и пропорциональных.

Анализ развития современного общества позволяет утверждать, что высокая динамичность развития экономики в большой степени определяется эффективностью налоговой системы. Сокращение числа налогов, упрощение законодательства, уменьшение налоговой нагрузки путем сокращения ставок налогообложения по ряду налогов, структурная перестройка налоговых органов с учетом интересов их взаимодействия с налогоплательщиками существенно облегчило условия экономической деятельности налогоплательщиков. В данном случае необходимо учитывать, что минимизация объема налоговых изъятий должна существенно повышать для субъектов налогообложения мотивацию развития производства при одновременном наполнении бюджета в объеме, достаточном для финансового обеспечения деятельности государства. В условиях действующего законодательства РФ основная часть бюджета наполняется за счет платежей налогоплательщиков – юридических лиц.

Эффективная налоговая система должна соответствовать следующим основным требованиям¹²¹:

- поскольку, налоговые поступления являются основным источником доходов бюджетной системы РФ, налоговая система должна обеспечивать устойчи-

¹²¹ Финансы: - 2007 - №11. – С. 6-7.

вое формирование бюджетных доходов, необходимых для исполнения расходных обязательств РФ, ее субъектов и муниципальных образований, а также осуществление ФНС и ее территориальными органами функций главного администратора доходов соответствующих бюджетов;

- уровень и структура налоговой нагрузки не должны ухудшать условия экономического роста, искажать условия конкуренции, препятствовать притоку инвестиций;

- администрирование налоговых платежей должно исходить из минимизации связанных с ним издержек бизнеса за счет совершенствования налогового учета и отчетности, устранения неопределенности, пробелов и внутренних противоречий налогового законодательства, повышения прозрачности и упрощения процедур взаимодействия налогоплательщиков с налоговыми органами.

На современном этапе экономического развития налоговое администрирование в зависимости от его целей и задач, определенных проводимой налоговой политикой, в основном рассматривается в качестве потенциального резерва снижения налоговой нагрузки, основы повышения собираемости налогов, а также основы развития международных экономических процессов. Стремление к достижению полного, предельно возможного уровня собираемости налогов приводит к резкому возрастанию сложности составления, оформления бухгалтерской и налоговой отчетности, значительному увеличению государственных расходов на содержание налоговой службы и контрольно-ревизионных органов, а также к косвенным потерям, возникающим в связи с последствиями острого противостояния уплачивающих и собирающих налоги. В связи с этим обстоятельством принятие в качестве базы для отсчета уровня собираемости налогов величины потенциально возможного, согласно налоговому законодательству, объема сбора налоговых платежей противоречит задачам обеспечения бюджетной безопасности страны. В случае превышения государственных затрат, направленных на прирост налоговых сборов, над величиной налоговых поступлений в бюджет такие меры с позиций бюджетной эффективности становятся, нецелесообразными ввиду их бюджетной убыточности. Поэтому необходима оптимальная граница собираемых налогов. Этот предельно допустимый объем определяется как увеличение объема собираемых налогов выше указанного предела требующее осуществления дополнительных затрат со стороны бюджетов всех уровней, которые превышают совокупный прирост налоговых поступлений в бюджет. Невозможно дать четкое определение величины допустимого предела собираемых налогов. Однако установить ее гораздо проще, чем верхний предельный уровень собираемости налогов. С одной стороны, величина допустимого предела собираемых налогов может быть принята равной сумме реального объема и его прироста, полученного даже без значительного увеличения транзакционных издержек. С другой стороны, необходимо, чтобы указанная величина не угнетала и не притесняла производителей товаров и услуг. При таком подходе в качестве базы, по отношению к которой устанавливается предел собираемости налогов в стране или в ре-

гионе, принимается определенная доля ВВП или валового регионального продукта ВРП. Не угнетающая, максимальная величина сбора налогов, исходя из мировой практики, должна составлять 40 %.

В нашей стране необходимо дифференцировать данный предельный уровень по регионам в доле ВРП исходя из состояния регионального бюджета. Кроме того, требуется в доле ВВП или ВРП установить максимальный предел собираемых налогов по их основным видам, а также группам налогоплательщиков.

Таким образом, в связи с переходом России к рыночной экономике и интеграцией в международное экономическое сообщество возникла необходимость радикальной перестройки налоговых отношений путем проведения налоговой реформы, направленной на создание эффективной налоговой системы, развитие экономики и увеличение валового внутреннего продукта. В настоящее время уже проведены основные мероприятия по совершенствованию налоговой системы, заключающиеся в ее упрощении, повышении экономической обоснованности взимания налогов и сборов, снижении налоговой нагрузки на экономику. На протяжении нескольких лет в Бюджетном послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию в качестве основных направлений проводимой государством налоговой политики, являются снижение налоговой нагрузки на законопослушных налогоплательщиков, а также совершенствование налогового администрирования.

Обеспечивая достаточный уровень доходов бюджетной системы, налоговая система вместе с тем не должна создавать избыточного или неравномерного давления на хозяйствующие субъекты и экономику в целом. Исходя из этого, обеспечение экономически обоснованной налоговой нагрузки является важной задачей, направленной на повышение эффективности налоговой системы. Результатом решения указанной задачи является стабилизация и оптимизация налоговой нагрузки на экономику.

Проблемы разработки механизмов инвестирования проектов государственно-частного партнерства в инновационной сфере

Анализ характера взаимодействия государства и частного бизнеса в направлении развития инновационной деятельности позволяет сделать вывод о серьезных диспропорциях в этой сфере, основными из которых являются следующие:

- расширение участия государства в инновационном процессе не в качестве регулятора взаимодействий, а в качестве основного участника процесса;
- повышенное внимание к централизованной реализации небольшого числа инновационных проектов национального масштаба;
- отсутствие мотивации частного сектора в инвестировании в инноваций и низкая инновационная активность бизнеса;
- неразвитость инфраструктуры в области коммерциализации исследований, слабость рынка рискованных инвестиций и финансово-кредитных институтов.

Механизмы государственно-частного партнерства (ГЧП) в организации инновационной деятельности в настоящее время актуальны и рассматриваются как эффективная форма сотрудничества государства и частного бизнеса в инновационной сфере.

Под ГЧП понимается институциональный и организационный альянс между государством и бизнесом в целях реализации общественно значимых проектов и программ в широком спектре отраслей, при соблюдении интересов государства и получении оптимальной доходности и обеспечении интересов бизнеса[1].

Ключевой особенностью ГЧП является равноправие партнеров и взаимовыгодность сотрудничества. Проекты ГЧП реализуются в тех сферах, где вложение средств предполагает высокий риск и долгие сроки окупаемости, но в то же время является необходимым с точки зрения социально-экономического развития государства.

В сфере инноваций главной целью программ ГЧП является развитие национальной инновационной системы на основе интенсификации сетевых взаимосвязей между ее участниками [1].

Многообразии функций и организационно-правовых форм участников государственно-частного партнерства со стороны государства предопределяет актуальность и необходимость разработки правовых норм реализации ГЧП проектов в инновационной сфере.

Анализ опыта реализации ГЧП в инновационной сфере выявляет необходимость определить и закрепить в законодательстве следующие положения взаимодействия частного и государственного секторов экономики:

- понятие сущности ГЧП в научно-технической и инновационной сфере;

- условия создания ГЧП в научно-технической и инновационной сфере, взаимодействие его участников и правовой статус партнеров;
- четкое распределение ответственности между партнерами;
- наиболее эффективные формы участия частного предпринимательского сектора в совместной с государством разработке инновационных проектов, а также порядок и условия их совместного финансирования;
- методы оценки и распределения между партнерами областей коммерческого риска;
- правовые нормы для распоряжения правами на объекты интеллектуальной собственности и эффективные механизмы трансфера технологий;
- специальные налоговые льготы для активизации привлечения частных инвесторов и стимулирования участников ГЧП в инновационной сфере.

Эффективное взаимодействие частного и государственного секторов экономик требует также разработки специальных организационно-финансовых механизмов управления ГЧП в инновационной сфере, обеспечивающих баланс интересов всех его участников.

Сегодня актуальны вопросы совершенствования способов и форм инвестирования инновационной деятельности с учетом расширения возможностей привлечения частного капитала, включая осуществление совместных инвестиций в инновационные программы и проекты в рамках механизмов ГЧП.

По мнению автора, использование механизмов концессии и специальных проектных облигаций - аналога инфраструктурных облигаций, может положительно сказаться как на процессах инвестирования, так и на решении проблем развития инновационной деятельности российской экономики.

Проектные облигации, revenue bonds, так же как и инфраструктурные облигации – это разновидности секьюритизированных долговых бумаг. Они выпускаются специальной проектной компанией, имеют целевое назначение в сфере инновационной деятельности, обеспечены потоками предполагаемых доходов либо денежных поступлений от реализуемых инновационных проектов, под которые они выпускаются.

Суть предлагаемого механизма использования специальных проектных облигаций заключается в том, что эмитент посредством выпуска облигаций привлекает средства на реализацию конкретного инновационного проекта. Эмитентами будут специально созданные компании с преобладанием частного капитала. Инвесторами будут в том числе и пенсионные фонды, страховые компании и другие консервативные инвесторы.

Также, к проектным облигациям в инновационной сфере может проявить интерес широкий круг инвесторов на рынке первичных размещений. В текущей рыночной конъюнктуре длинные деньги есть в основном у двух категорий инвесторов: страховых компаний и пенсионных фондов. Помимо этого, ожидается возникновение спроса со стороны крупных коммерческих банков и управляющих компаний. Остальные группы инвесторов, скорее всего, проявят интерес к подобным облигациям после того, как финансовый

рынок полностью восстановится после кризиса и для них эти бумаги станут альтернативным источником вложения.

Можно выделить следующие основные особенности выпуска и обращения проектных облигаций в проектах ГЧП в инновационной сфере по сравнению с традиционными облигациями:

- использование средств, полученных от размещения проектных облигаций для реализации долгосрочных инновационных проектов;

- осуществление выпуска специальных проектных облигаций преимущественно в рамках реализации концессионных соглашений между государством или местными органами власти и компанией-концессионером, которая выступает эмитентом облигаций;

- возможность обеспечения облигационного выпуска государственными гарантиями, страхованием рисков, банковскими гарантиями, а также иными обеспечительными гарантиями (возможны поручительства Внешэкономбанка или Правительства);

- основными инвесторами, осуществляющими вложения в инфраструктурные облигации, являются институциональные (пенсионные фонды, страховые компании) и другие консервативные инвесторы, что позволит задействовать рынок институциональных инвесторов, привлечь их к инвестированию и расширить возможности консервативных инвесторов по вложению средств в инновационные проекты;

- долгосрочный период обращения инфраструктурных облигаций, привязанный к сроку реализации инновационного проекта, в среднем составляющий 15-25 лет позволит привлечь длинные деньги в инновационную сферу.

В настоящее время в России отсутствует полноценная правовая база для выпуска проектных облигаций. Российское законодательство в отношении проектных облигаций находится в процессе разработки [2].

В России используются лишь корпоративные облигации, выпускаемые эмитентом-концессионером для привлечения финансирования с целью реализации концессионного соглашения (например, облигации РЖД). Для развития рынка проектных облигаций в нашей стране совершенно очевидна необходимость совершенствования соответствующей законодательной базы.

Для максимально эффективного использования этого инструмента потребуются доработка правовых основ в следующих вопросах, а именно:

- определение понятия и признаков проектных облигаций как вида ценных бумаг и их эмитентов;

- установление форм контроля целевого использования привлеченных по займу финансовых средств;

- установление условий досрочного погашения облигаций.

- меры по защите интересов частных инвесторов и кредиторов и прав всех участников по таким облигациям;

- нормы закона необходимо увязать с действующими правилами концессионных соглашений, на основе которых должны реализоваться иннова-

ционные проекты;

–регулирование процедур и условий предоставления государственных гарантий по облигационному займу и иных форм обеспечения;

–отдельный закон об использовании проектных облигаций в механизмах инвестирования инновационных проектов должен охватывать весь широкий круг участников рынка и операций на нем;

–предусмотренные государственные гарантии по таким облигациям предполагают серьезную нагрузку на федеральный бюджет.

Таким образом, использование инструментов ГЧП повышает эффективность государственных инвестиций и взаимодействия государства и частного бизнеса при реализации инновационной политики. Сегодня следует уделить особое внимание совершенствованию правовой базы и организационно-финансовым механизмам, которые регулировали бы все вопросы привлечения инвестиций для инновационной деятельности. Нормативные акты о порядке реализации ГЧП-проектов должны в первую очередь обеспечивать активизацию различных форм государственно-частного партнерства и единую процедуру реализации подобных проектов.

Список литературы

1. Балашов Е.Б., Наумов Е.А. О корпоративных моделях государственно-частного партнерства в сфере науки и инновационной деятельности //Государственно-частное партнерство в инновационных системах / Под общ. ред. С.Н. Сильвестрова. М., 2008. - С. 4 - 49.
2. Рубвальтер Д.А., Кольцов А.В., Наумов Е.А. Нормативно правовое обеспечение государственно-частного партнерства в научно-технической и инновационной сферах в России: проблемы и направления совершенствования / Центр исследований и статистики науки. М., 2008. - С. 24 - 56.

Роль кластеров в развитии экономики региона

Анализ разработанных в субъектах Российской Федерации стратегий их социально-экономического развития свидетельствует, что большие надежды на рост экономики, в том числе агропромышленного производства, возлагаются на реализацию кластерной политики. В практике ведения российского бизнеса термин «кластер» для многих пока малопонятен. Путаница между кластерами и другими формами интегрированных и кооперативных формирований возникает из-за слабости отечественной научной базы, а также отсутствия опыта создания настоящих кластеров с хорошо налаженной системой взаимосвязей.

Основоположником кластерной теории принято считать профессора Гарвардской экономической школы Майкла Портера. В своих трудах «Международная конкуренция» и «Конкуренция» он предлагает кластерную стратегию как инструмент государственной политики повышения конкурентоспособности отдельных компаний (в кластерах) и экономики в целом. М. Портер определил кластер как группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга.

Современные экономические стратегии многих развитых стран строятся вокруг ключевого понятия – конкурентоспособность, от уровня развития которой зависит состояние страны, региона, каждой отдельной компании. Кластеры играют роль «точек роста», «прорывного» продвижения в области производства и последующего завоевания новых рыночных ниш.

В научной литературе основные признаки кластера сводятся к так называемому «правилу четырех «К»»: концентрация предприятий одной или смежных отраслей в одной географической точке; конкурентоспособность выпускаемой ими продукции; конкуренция за завоевание и удержание клиентов; кооперация с высокой степенью развитости.

Одно из важнейших преимуществ формирований кластерного типа - концентрация внимания не на отдельных отраслях, а на связях между отраслями, предприятиями и организациями. Они способствуют развитию производства и конкуренции; упрощению доступа к новейшим технологиям; распределению рисков в различных видах совместной деятельности; совместно-му выходу на внешние рынки; организации совместных научных исследований и процесса подготовки и переподготовки специалистов; снижению трансакционных издержек и т.д.

В отличие от многих стран (Франции, Японии, Финляндии, США, Дании и др.), которым реализация кластерной политики позволила занять лидирующие позиции на мировом рынке, в России, к сожалению, отсутствует

даже концепция государственной кластерной политики. Это обстоятельство является одной из основных причин спонтанного формирования организационных структур и технологий, выдаваемых за кластерные, хотя в действительности многие из них таковыми не являются.

Основываясь на положениях кластерной теории, можно предпринять попытку переложить некоторые из них на экономику агропромышленного производства, учитывая при этом фактическое отсутствие, как глубоких теоретических разработок, так и полноценных, реально функционирующих в стране агропромышленных кластеров. В настоящее время можно вести речь о создании в агропромышленном комплексе России в основном потенциальных региональных и локальных (местных) кластеров, то есть они еще не сформированы, но имеют отдельные характерные признаки, а в перспективе могут стать соответствующими формированиями.

Попытки создать агропромышленные кластеры предпринимаются в Калининградской, Белгородской, Ростовской, Самарской областях; Краснодарском, Красноярском, Алтайском краях и некоторых других регионах страны.

Агропромышленный кластер Калининградской области предполагается сформировать по сетевому принципу (принцип технологической цепочки), обеспечивая при этом тесную взаимосвязь производства и реализации конечной продукции. По мнению разработчиков, создание областного кластера может придать мощный импульс развитию малого и среднего агробизнеса, способствовать существенному повышению его конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках, увеличению доходности региона; позволит решить проблемы занятости населения.

Как показывает мировая практика, объединяться в кластеры целесообразно тем, кто работает на создание конечного продукта. В условиях традиционной агропромышленной интеграции основная масса прибыли остается на выходе конечной продукции. Кластерный же подход формирует такой механизм взаимоотношений, который позволяет получать эквивалентную затратам прибыль не только тому, кто производит или реализует конечный продукт, но и всем участникам кластера. В этом состоит одно из существенных отличий кластера от сложившихся интегрированных структур, в том числе агрохолдингов, финансово-промышленных групп и др., в которых наиболее ущемленными в доходах оказываются непосредственные сельхозтоваропроизводители.

Стратегия развития Краснодарского края до 2020 г. обосновывает целесообразность создания на Юге России более глобального агропромышленного кластера в составе Краснодарского и Ставропольского краев, Ростовской, Волгоградской и Астраханской областей. По существу, речь идет о формировании объединения, участниками которого станут отдельные краевые и областные кластеры. Такая модель позволила бы ему стать полноценной конкурентоспособной единицей, как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Это особенно важно в условиях вступления России в ВТО, когда опасность зарубежной интервенции продуктов питания значительно возрастает.

В Белгородской области в перспективе в составе АПК могут быть выделены птицеводческий, свиноводческий и молочный кластеры. В настоящее время здесь сосредоточены и продолжают развиваться мощности крупных птицефабрик, свиноводческих комплексов и других объектов, что выдвигает область в число ведущих регионов России по производству мяса птицы, яиц и свинины. Между тем каждый крупный животноводческий или птицеводческий комплекс рассматривается пока изолированно от других: под него выделяются отдельной строкой (в том числе в рамках национального проекта «Развитие АПК») финансовые и материально-технические ресурсы, формируется собственная производственная и социальная инфраструктура, своя схема управления и т.д.

В Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008-2012 годы одним из приоритетных направлений является развитие животноводства и стимулирование развития малых форм хозяйствования (МФХ), включая крестьянские (фермерские) хозяйства, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих первичную и последующую (промышленную) переработку сельскохозяйственной продукции, и ее реализацию. Программой предусматривается, что рост объемов производства мяса и молока позволит к 2012 году увеличить долю российского производства в формировании ресурсов мяса в стране до 70%, молока – более 81%. Это указывает на то, что даже в ближайшей перспективе отечественной продукции будет недостаточно.

Одним из направлений, предусматривающих решение задач по обеспечению населения отечественной животноводческой продукцией, является реализация мер по развитию сельскохозяйственной кооперации и расширению возможностей для реализации сельхозпродукции личными подсобными и крестьянскими (фермерскими) хозяйствами.

В отдельных регионах широкое распространение получили агропромышленные формирования холдингового типа. Многие из них объединили предприятия и организации, образовав, таким образом, замкнутый цикл производства конкретных конечных продуктов. В качестве примера можно сослаться на белгородский агрохолдинг «БЭЗРК - Бел-гранкорм». Агрохолдинг использует новейшие технологии и развивает коммерческую деятельность, конкурентоспособен не только по производству и реализации высококачественных гранулированных и экспандированных комбикормов, но и мяса птицы, свинины, яиц, молока, полуфабрикатов и колбасных изделий. В этом агрохолдинге функционирует система предприятий и организаций, специализирующихся на отдельных стадиях производства конечной продукции птицеводства - мяса бройлеров и товарных яиц.

Кластер может быть эффективным, если создается по инициативе снизу, когда сами предприятия для повышения конкурентоспособности своей продукции приходят к необходимости объединения, чтобы выступать единым фронтом для завоевания определенных сегментов рынка. Таким образом, при организации кластера должны преобладать принципы кооперации, а не

диктата, от кого бы он не исходил - от государственной власти или от частного инвестора.

Управление деятельностью кластера осуществляется советом, в состав которого кроме руководителей объединяющихся предприятий могут быть включены представители региональных органов власти. Совет кластера имеет чисто координационные и аналитические функции, а решение перспективных задач в кластерных образованиях должно основываться на методологии индикативного планирования и долгосрочных договорных отношениях.

Проект молочного кластера, основанного на частно-государственном партнерстве, осуществляется, например, в Самарской области. Участниками его являются четыре тесно взаимодействующие компании: государственное унитарное предприятие «Центр управления проектами АПК» - координатор проекта; ОАО агрохолдинг «Би-Моло» - молочное производство; ООО «Био-Тон» - покупка и обработка земель; ЗАО «Молочная ферма» - строительство молочнотоварных ферм.

Ключевое производственное звено - агрохолдинг «Би-Моло». В перспективе намечается его тесное взаимодействие с компаниями «Хохланд» и «Тетрапак», в результате чего сырная продукция, например, будет поставляться на федеральный рынок уже под объединенным брендом.

Локальные кластеры могут формироваться из предприятий, выполняющих разные стадии производства определенного конечного продукта, то есть объединенных одним технологическим процессом. Например, разработан проект кластера по производству мяса птицы в Кузнецком районе Пензенской области. Все предприятия - по выращиванию ремонтного молодняка, содержанию родительского стада и выращиванию бройлеров - расположены компактно, в пределах одного района.

С определенной степенью уверенности можно утверждать, что если сохранится современное финансово-экономическое положение в аграрном секторе экономики, то в обозримой перспективе кластерные технологии в агропромышленном производстве России не получат широкого распространения. Дело в том, что реализация кластерной стратегии потребует привлечения больших инвестиционных ресурсов. В качестве основных инвесторов должны выступать, прежде всего, сами предприятия. Экономическое же состояние большинства субъектов малого агробизнеса, а также сельскохозяйственных предприятий таково, что они не могут в настоящее время обходиться без внешних инвестиций. Впадая в зависимость от частных инвесторов, эти субъекты утрачивают свою хозяйственную, а зачастую и юридическую самостоятельность, не могут выступать равными партнерами в составе кластеров. Такое положение может стать большой проблемой в случае искусственного (сверху) создания кластерных структур, обернуться очередным несостоявшимся мифом перехода аграрного сектора страны к устойчивому развитию.

Формирование современных моделей хозяйственного механизма АПК, обусловленное развитием процессов кооперации и агропромышленной ин-

теграции, требует проведения глубоких научных исследований, внесения существенных поправок в Федеральный закон «О сельскохозяйственной кооперации», а также в Налоговый кодекс и принятия федеральных нормативно-правовых актов об агропромышленных формированиях холдингового и кластерного типа.

Список литературы

1. Галицких, В. Формирование конкурентных преимуществ агропромышленного производства / В. Галицких //АПК: экономика, управление. - 2008. - № 9.- С.24-26
2. Лаврикова, Ю. Г. кластеры как рыночный институт пространственного развития экономики региона.- Автореферат диссертации доктора экономических наук. – Екатеринбург,2008.
- 3.Федоров, М. В. Роль интеграции предприятий агропромышленного комплекса в увеличении производства продуктов питания/ М. В. Федоров, Ю. А. Овсянников, Ч. Юй //Аграрный вестник Урала, 2008.-№8.
4. Яковец, Ю. Электронные средства. Информация Интернет-ресурсов.
<http://www.strtaegi.ru>

Креативная экономика и развитие города

Сегодня в мире все больше говорят о развитии креативной экономики и творческих индустрий. Цель моего исследования – обратить внимание на это новое явление – появление «творческого рычага» процесса производства, возможности использования креативного (творческого) потенциала человека, который способен внести вклад в экономическое развитие экономики региона (города). Что же такое «креативная экономика» и «творческие индустрии»?

Впервые термин креативной экономики был введен в оборот журналом *Business Week* в 2000 году. В 2001 г. Джон Хокинс в своем произведении «Креативная экономика» попытался проследить ее влияние в мировом масштабе. Творческие индустрии – исполнительские и изобразительные искусства, медиа и мультимедиа, реклама и издательское дело – становятся ключевым сектором инновационной экономики. Креативная экономика – новый этап развития экономики знаний, основой экономического богатства становится творческий и интеллектуальный капитал. Она опирается на высокий удельный вес креативного класса, который считается мотором инноваций и новых подходов, как в сфере научно-исследовательской деятельности, так и в области бизнеса, искусства, культуры или дизайна. Креативная экономика базируется на потенциале неограниченного источника, которым является интеллектуальный капитал. Интеллектуально-креативные возможности человека являются неисчерпаемым ресурсом, который оказывает растущее влияние на экономический процесс. Главной движущей силой креативной экономики является творчество и широкое вовлечение граждан в процесс творческой самореализации.

Можно сказать, что важнейшей характеристикой креативной (инновационно–креативной) экономики является наличие индустрии инноваций, под которой понимается сфера разработки, производства и реализации конкурентоспособных инноваций в массовом масштабе. Индустрия инноваций должна охватывать все отрасли экономики и социальную сферу, а инновации должны носить отраслевой и межотраслевой характер. Развитие креативных индустрий на современном этапе – одна из приоритетных задач многих государств, пытающихся улучшить свои конкурентные преимущества на мировой арене. Данное направление исследования достаточно актуально на сегодняшний день. Поскольку в условиях кризиса креативность и творчество могут быть полезны не только для создания новых культурных достижений, но и для социального и экономического развития городов. Проект откроет перед нами новые возможности для создания антикризисных стратегий и для горо-

дов, и для крупных корпораций, и для отдельных творческих людей. В данной сфере занимаются ведущие зарубежные специалисты в области креативной экономики и креативных индустрий – Джастина О'Коннора, Том Флеминг, Кейт Оакли и Джон Хокинс.

Развитие креативной экономики связано с определенными условиями: требования, выдвигаемые потребителям; требования к рабочей силе и к творческому пространству. Их необходимо соблюдать для развития креативного сектора.

Первые требования основаны на двух условиях: наличие широких слоев относительно обеспеченного населения и высокий уровень интеллектуального развития потребителя. Поскольку продукция креативной экономики не является предметом первой необходимости, необходимо, чтобы потребитель обладал развитым культурно-эстетическим вкусом, а также высоким уровнем общей потребительской культуры, уделял внимание эстетической стороне предлагаемой продукции, имел высокий доход. Это означает, что следует стремиться к такому обществу, которое состоит из богатых и образованных людей.

От работников креативного сектора требуется наличие способности к творческому мышлению, генерации новых идей, оригинальных решений, – способности осваивать новые технологии. Поэтому одним из основных требований является высокий уровень профессиональной подготовки (главным образом развитие индивидуальных творческих способностей человека), который играет важную роль в формировании креативной экономики. Необходимо наличие творческого пространства, его открытость, позволяющая творческим личностям генерировать новые идеи, также, чтобы творческая среда была толерантной, способной принять каждого вне зависимости от его взглядов, культурных ценностей, вероисповедания, подходов к решению проблем. При этом не должна быть ограничена догматическими взглядами на половые различия, сексуальную ориентацию, оно должна быть свободна от расовой дискриминации. Условием формирования благоприятной среды является хорошо развитая институциональная инфраструктура.

Условия развития креативной экономики в различных географических регионах далеко не одинаковы. Город является главной точкой приложения усилий политиков, профессионалов и бизнесменов в формировании креативной экономики. Задача региональных, муниципальных властей - создание необходимых условий для формирования политики развития креативных индустрий в городе. Это:

- 1) картирование, исследование имеющихся ресурсов, чтобы определить свои преимущества, главным образом анализ человеческого (интеллектуального) компонента (каков социальный портрет жителей, чем они живут, каковы их потребности и мотивации и т.д.) и инфраструктуры (какие бизнесы развиты в городе, какие места есть для творческих коммуникаций, сколько и каких кафе в городе, музеев, какие проекты идут в кинотеатрах). Важно связать оба компонента и чтобы люди осознавали себя частью этого креативного сектора.

2) целостное восприятие культуры и творчества: проектируя места общественных коммуникаций в городе, делать их дружелюбными для людей; учитывать, есть ли в городе места для каких-то неформальных акций, т.е. можно ли рассматривать город как сцену, форум для самовыражения населения; поддерживать арт-кластеры — это места, где уже сегодня люди и производят товары или услуги, и приобретают их, и куда приходят за новым опытом. К тому же кризис открыл новые возможности для развития творческих зон на базе остановившихся промышленных предприятий; привлекать к развитию города всё его население, а не только продюсеров или управленцев;

3) проявлять междисциплинарный характер творческой деятельности, что будет повышать привлекательность территории. Акцент с вещественных продуктов будет смещаться в сторону продуктов, основанных на использовании психологических навыков (например, веб-дизайн);

4) развивая креативную экономику, необходимо постоянно думать о людях, поддерживать их талант, особенно молодое поколение;

5) необходимо переосмыслить роль образования, чтобы школа была не только место получения знаний, но и местом получения навыков общения, взаимодействия с окружающими; университеты не были башнями из слоновой кости, а были открыты для людей; студенты проходили практику на предприятиях;

6) необходимо думать о бизнесе более тонко — как о сфере, где пересекается заработок, интерес, мотивация, будущее, а то только как о способе зарабатывать;

7) инвестиции в творческие индустрии, при этом творческие индустрии нужно понимать широко;

8) симметричность информации, способность делиться опытом, информацией, показывать успехи и неудачи красиво, живо, но ориентироваться при этом на горожан;

9) открытое взаимодействие всех, кто, так или иначе, участвует в построении креативной экономики.

Современный город сам становится «интерактивным сервисом», интерфейсом для создания творческого продукта. Город выступает как коммуникативная площадка множества творческих личностей, свободно и динамично объединяющихся для решения разнообразных задач. Культура и творчество выступает главным ресурсом обновления и развития в концепции «креативной экономики». Именно культура выступает лидером процесса, предоставляя всем остальным сферам свой громадный арсенал креативного опыта.

Действенные инструменты развития городов — поддержка бизнеса в сфере культуры и творчества, создание «коммуникативных площадок», в число которых могут войти новые творческие и культурные центры, соединяющие функции культурного производства и горожанина, новые культурные площадки становятся «точками притяжения» на карте города за счет концентрации художественно-культурной предпринимательской активности и созда-

ния системы новых рабочих мест. Они формируют инвестиционную привлекательность, улучшают имидж города и приносят доход в городской бюджет. Но также они выполняют важнейшую функцию «городского строительства», создавая городские сообщества и площадки для коммуникации этих сообществ. В России примером креативного пространства может служить ВИНЗАВОД в Москве.

Мотором создания «творческого» или «креативного» кластера является частная инициатива владельца территории, который не просто одобряет появление на его территории нового субъекта, но вкладывает средства в проект. Однако частная инициатива хоть и эффективна, но недостаточна для самовоспроизводящихся систем. Государство должно стать ее инвестором, но не спонсором модернизации. В России, где не укоренена философия «длинных денег», такие инвестиции объясняются чаще всего желанием заняться интересным и престижным делом, «вписать своё имя в историю». Негосударственным же культурным институциям претендовать на бюджетные средства для своих проектов очень трудно из-за многочисленных бюрократических препон и процедур, а учреждениям сети (отраслям культуры) заниматься культурным предпринимательством почти невозможно, поскольку система финансирования через казначейство практически исключает коммерческую деятельность и затрудняет работу со спонсорами и благотворителями. Поддержка развития креативных индустрий требует межведомственного подхода, а также преодоление барьеров между бюджетами департаментов архитектуры, культуры и туризма, образования, экономики и социальной работы, но для начала хотя бы в умах их руководителей.

В ситуации кризиса российские города вынуждены пересматривать стратегии развития. Главной задачей становится диверсификация городской экономики, создание новых рабочих мест. При формировании политики развития креативной экономики, властям на федеральном уровне необходимо обратить внимание на то, что развитие креативных областей и концентрация творческого сектора и креативного класса приходится на креативные города, те, которые делают ставку на использование творческого потенциала и у которых есть необходимые условия для развития «новой» экономики. Бедные же регионы не отвечают условиям, необходимым для развития креативной экономики. Более заметной становится тенденция креативного класса покидать промышленные районы и искать для себя новые места жизни с более высокой концентрацией талантливых и креативных людей, инноваций и развивающейся сферой высоких технологий, последствием чего будет постоянное углубление географической сегрегации, которая может, в конце концов, привести к обезлюдению периферийных регионов. Постепенно станут заметными и различия (коэффициент Джини) между высокооплачиваемым умственным трудом в креативном секторе и низкооплачиваемым трудом с минимальным уровнем сложности (прежде всего в сфере услуг), что впоследствии может приобрести географический оттенок.

По нашему мнению государству необходимо направить свои усилия на поиск новых инструментов развития народнохозяйственной и региональной

политики и искать возможности извлекать средства из развития креативной экономики в бедных районах. Прежде всего, необходимо создать инфраструктуру для креативного сектора (сеть образовательных учреждений, новые творческие пространства, развитие сфер культуры и т.д.), привлекать не только креативные фирмы, но и конечных потребителей их продукции или творческих людей, чтобы заработанные в центрах средства, были потрачены на месте. Это могут быть, например, центры отдыха или места, связанные с организацией культурно-развлекательных мероприятий.

Таким образом, те города, регионы, да и государства, которые смогут совместить творчество и бизнес, будут обладать «мягкой властью», станут лидерами - сыграют огромную роль в недалеком будущем, сделают свою территорию привлекательной для инвестиций и жителей.

Список литературы

1. Й.Клоудова Влияние развития креативной экономики на экономически отсталые регионы // Журнал новой экономической ассоциации, №5, 2010 , с.110-125
2. Е. Заленцова Креативная экономика и городское развитие // 60 параллель (60 Parallel) №2(33),2009,с.60-67
3. Лекция Джона Хокинса от 06.10.09 // электронный ресурс <http://www.snob.ru/selected/entry/7243>

Научное издание

**СОВРЕМЕННАЯ
ЭКОНОМИКА РОССИИ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ**

Сборник научных статей

под ред. доцента А.Н. Айриевой

Подписано в печать 11.03.2012. Формат 60x84 1/16.
Объем 9,25 усл.печ.л. Печать цифровая. Тираж 100 экз. Заказ 181

Издательство «Саратовский источник»
Саратов, ул. Университетская, 42