Финансовая Жизнь

Возрождение издания 1914 г.

Периодическое научно-практическое издание

№ 2, 2013 г.

Журнал
***«Финансовая жизнь»** — это периодическое научно-практическое издание для руководителей и специалистов коммерческих компаний, банков, преподавателей, аспирантов и студентов экономических факультетов и специальностей. Целью журнала является объединение профессионалов финансовой, банковской и налоговой сферы, а также сближение науки, образования и бизнеса.*

РЕДКОЛЛЕГИЯ

Козенкова Т.А.,
д.э.н., профессор,
заслуженный экономист
Российской Федерации,
главный редактор

Кириллова А.А.,
к.э.н., заместитель главного редактора

Бурмистрова Л.М.,
к.э.н., доцент, шеф-редактор

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Якутин Ю.В.,
д.э.н., проф., заслуженный деятель науки РФ, президент Университета менеджмента и бизнес-администрирования (председатель)

Адамов Н.А.,
д.э.н., проф., зав. кафедрой «Финансовый менеджмент и налоговый консалтинг», Российский университет кооперации

Астахов А.А.,
д.э.н., проф., Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, заслуженный экономист Российской Федерации, действительный государственный советник

Бариленко В.И.,
д.э.н., проф., зав. кафедрой «Экономический анализ» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Амутинов А.М.,
д.э.н., проф., заслуженный экономист Российской Федерации

Винслав Ю.Б.,
д.э.н., проф., гл. редактор журнала «Менеджмент и бизнес-администрирование»

Дорофеева Н.А.,
д.э.н., проф. Российского университета кооперации

Колчин С.П.,
д.э.н., проф., декан заочного факультета экономики Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Кривошей В.А.,
д.э.н., ректор Российского университета кооперации

Мельник М.В.,
д.э.н., проф., научный руководитель Межвузовского научно-методического центра Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Морыженков В.А.,
д.э.н., проф., научный руководитель Международной бизнес-школы ГУУ Executive MBA LWB

Новиков Д.Т.,
д.э.н., проф., главный научный сотрудник Института ИТКОР

Павлова Л.П.,
д.э.н., проф.,
директор Центра научных исследований и консультаций по налоговым проблемам Финансовой академии при Правительстве Российской Федерации, заслуженный деятель науки Российской Федерации

Проценко О.Д.,
д.э.н., проф., проректор АНХ при Правительстве Российской Федерации, заслуженный экономист Российской Федерации

Сарибекян В.Л.,
к.э.н., генеральный директор ООО «Налоговое бюро «Нота Бене»

Тетерятников К.С.,
к.ю.н., советник президента — председателя правления ОАО «Банк Москвы»

Чернышев В.Е.,
к.э.н., директор по финансовым вопросам ЗАО «Банк «Русский Стандарт»

Содержание 2-го номера журнала «Финансовая жизнь», 2013 г.

Письмо редактора стр. 4–5
Требования к статьям

МАРКЕТИНГ стр. 6–21

Организация службы маркетинга в условиях малого бизнеса

Кузьмичева М.

В условиях рынка управление маркетингом приобретает такое же значение, как и управление производством, финансами и кадрами. Создание службы маркетинга требует не только изменения организационной структуры компании, но и установления новых функциональных связей между подразделениями. Автором статьи рассмотрены особенности построения отдела маркетинга в организациях малого бизнеса.

От известной торговой марки к бренду

Кузьмичева М.
Шестов А.

Автором статьи рассматривается разработка маркетинговой стратегии, направленной на создание бренда товара.

Главные тенденции рынка транспортной логистики

Воинов Н.

ФИНАНСЫ стр. 22–34

Венчурное финансирование как инструмент совершенствования финансовой деятельности банков

Кириллова А.
Рубан Е.

Сегодня во всех европейских странах и США сильно развита система венчурного финансирования. Однако в России данная система инвестирования развивается очень медленно. Прецеденты непосредственного участия российских банковских структур в кредитовании наукоемких проектов, к сожалению, единичны. В статье рассматривается венчурное финансирование как один из инструментов выхода из кризиса, распределения и увеличения прибыли банков и развития наукоемких проектов в РФ.

Финансовые инвестиции: особенности определения их доходности

Ефимова И.

Как известно, важнейшее свойство капитала состоит в возможности приносить прибыль его владельцу. Долгосрочное вложение капитала, или инвестирование, — одна из форм использования такой возможности, и от того, насколько правильно и выгодно на начальном этапе будет определена доходность вложений в финансовые активы и инструменты, зависит конечный показатель самого дохода.

Мониторинг финансовой устойчивости как мера антикризисного управления

Мельцас Е.

Вопросы мониторинга финансовой устойчивости в условиях финансового кризиса выходят на одно из первых мест в области управления финансами организаций.

Управление финансами корпорации

Овсепян О.

Автором статьи рассмотрены особенности управления финансами корпораций.

БАНКИ стр. 35–47

Москва — международный финансовый центр. Мифы и реальность.

Николаева Ю.

В 2008 году в разгар мирового финансового кризиса в Москве было принято решение о создании Международного финансового центра. Процесс контролирует Президент РФ Владимир Путин и Кабинет министров. Планируется, что создание МФЦ изменит экономический статус Москвы и всей России в целом, повысит конкурентоспособность и финансовую привлекательность для иностранных партнеров и инвесторов. В статье рассмотрены мероприятия, которые уже проведены в рамках проекта, их положительные и отрицательные аспекты, приведены различные мнения экономистов.

Как пережили страны БРИКС мировой финансовый кризис. Бразилия

Тетерятников К.

Многие экономисты считают, что мировой финансовый кризис, охвативший экономическое сообщество в 2008 году, завершился. Есть сторонники мнения, что кризис вошел в стадию рецессии, которая может продлиться не одно десятилетие. В любом случае кризис оказал влияние различного уровня на экономику стран мира. В статье приводятся исследования последствий кризиса для одной из стран БРИКС — Бразилии.

Мировое банковское обозрение

ОБРАЗОВАНИЕ стр. 48–67

Международные рейтинги российских вузов. Проблемы и перспективы

Комаров В.

Анализируются задачи и цели, стоящие перед российскими вузами, по оптимизации научно-образовательной деятельности и повышению международных рейтинговых оценок.

Платное образование в вузах РФ: объемы, перспективы, направления развития

Таточенко И.
Таточенко А.

Авторами статьи проанализированы особенности привлечения платных студентов на программы высшего профессионального образования. Выявлены перспективы и направления развития платного образования в России.

Исследование стоимости обучения по направлению «Менеджмент» (программа высшего профессионального образования) на рынке образовательных услуг Москвы

Таточенко А.

В России отмечается исторически высокий спрос на образовательные услуги, часть из которых оказывается на платной основе. Автором статьи проведен анализ конъюнктуры рынка высшего профессионального образования по направлению «Менеджмент».

ПРАВО стр. 68–73

Совершение кражи и мошенничества с использованием компьютера или информационно-телекоммуникационных сетей

Степанов-Егиянц В.

В статье рассматриваются вопросы квалификации кражи и мошенничества, совершаемых с использованием компьютера и информационно-телекоммуникационных сетей. Проанализированы составы преступлений ст. 159.3 и ст. 159.6, введенные в УК РФ Федеральным законом № 207-ФЗ от 29 ноября 2012 года.

Экстрадиция в контексте международной юрисдикции

Алиев Ф.

Одной из форм взаимодействия между государствами, когда одно их них, испытывая потребность в применении мер уголовной ответственности к данному лицу, но не имея легальной возможности собственными силами обеспечить его физическое присутствие в судебном или исправительном учреждении, обращается за помощью к другому, которое имеет возможность осуществить юрисдикцию принуждения в отношении этого лица.

ЭКОНОМИКА стр. 74–87

Принципы организации внутреннего контроля в страховых компаниях

Пешкова Т.

В данной статье освещаются различные подходы к организации внутреннего контроля, эволюция понятия «внутренний контроль», его компонентов, целей и задач осуществления. Приведены основные принципы организации внутреннего контроля в страховых компаниях и его взаимодействие с другими элементами управления компанией: внутренним аудитом, корпоративным управлением, управлением рисками организации. В статье также описаны специфичные для страховых организаций процедуры контроля.

Концепция глобального устойчивого развития и роль банков развития в ее реализации

Селявина Е.

В статье рассматриваются особенности и институциональные основы функционирования национальных банков развития. Анализируются теоретические и практические аспекты концепции глобального устойчивого развития. Особое внимание уделяется роли банков развития в области внедрения принципов устойчивого развития.

Конкурентоспособность предприятий в условиях вступления в ВТО — опыт Польши: перспективы для России, польско-российское сотрудничество предприятий как основа для роста конкурентоспособности

Гжеляк Р.

ОБЩЕСТВО стр. 88–99

Формирование цивилизованного социально-экономического портрета молодого поколения России в рамках государственной системы социальной рекламы

Нифаева О.

В статье обоснована необходимость формирования цивилизованного социально-экономического портрета российской молодежи с помощью социальной рекламы. На основе глубокого анализа данных социологических исследований в статье выделены ключевые направления социальной рекламы с учетом менталитета и ценностей молодежи. Предлагается использовать социальную рекламу как инструмент государственной информационной политики.

Социализация лиц с ограниченными возможностями здоровья как путь к экономическому росту России

Скворцова Е.

Работа посвящена вопросам социализации лиц с ограниченными возможностями здоровья. На основе анализа результатов реализации государственной политики в данной сфере в Российской Федерации и в Чувашской Республике автор выделят ряд проблем. И изучив задачи и сущность процесса реабилитации и социализации, в качестве меры по решению отдельных проблем предлагает к рассмотрению собственный проект «площадки социального развития детей с ограниченными возможностями здоровья» как будущих полноценных участников экономического общества.

Практика обмена культурными ценностями при организации трансляций балетных и оперных спектаклей в кинотеатрах России

Соколова Ю.

Автором статьи проанализировано современное состояние рынка трансляции балетных и оперных спектаклей в кинотеатрах. Выявлены тенденции развития рынка, а также предложен новый инструментарий, позволяющий развивать бизнес на данном сегменте и продвигать отечественные достижения в области культуры и науки по всему миру.

СОБЫТИЯ стр. 100–104

XVI Российский конкурс «Менеджер года»

В Москве прошла вторая международная конференция «Инвестиции в Центральную и Восточную Европу» (CEE Conference)

ИСТОРИЯ стр. 105–105

Столетию журнала «Финансовая жизнь» посвящается!

ЦИТАТЫ стр. 106–107

Право собственности должно быть непоколебимо

Уважаемые читатели!

В новом номере журнала мы опубликовали работы молодых ученых, которые стали победителями конкурсов, проводимых Вольным экономическим обществом России и Финансовым университетом при Правительстве Российской Федерации.

Редакция журнала «Финансовая жизнь» убеждена, что сейчас, когда сложилась сложная ситуация с процедурой подготовки и защиты диссертаций, необходимо особенное внимание уделить тем, кто способствует продвижению российской науки вперед. Наше издание ставит задачу расширить взаимодействие между молодыми учеными и специалистами России с целью обмена новыми знаниями и развитию их творческого потенциала.

Перед нашим государством стоит сложная задача по созданию экономики, основанной на инновациях и интеллектуальном потенциале. Наиболее мощным и востребованным инструментом решения этой задачи должна стать поддержка молодых ученых, которые привносят новые идеи и являются квалифицированными специалистами в своих областях.

Безусловно, в первую очередь следует решить проблему эмиграции российских ученых заграницу. По статистическим данным около 30% молодых ученых работают в США, а 18% — в странах Евросоюза. Причина кроется в недостаточности финансирования научных проектов и устаревшей материально-технической базе научных лабораторий. Но не менее острой является проблема коммерциализации знаний. Как показывает практика, именно в науке не хватает менеджеров, которые умеют продвигать научные изобретения в реальную экономику, привлекать инвесторов и вести переговоры с заказчиками. Именно аспекту обучения управленческих кадров для научной сферы следует уделить пристальное внимание в будущем. И тогда наша страна станет лидером в области инноваций.

С уважением, шеф-редактор журнала
Людмила Бурмистрова

Требования к статьям

1. Для оптимизации редакционно-издательской подготовки редакция принимает от авторов рукописи и сопутствующие им необходимые документы в следующей комплектации (все позиции обязательны):

1.1. Квитанция о подписке на журнал «Финансовая жизнь» на текущее или следующее полугодие (без подтверждения оформленной подписки материалы к рассмотрению не принимаются).

1.2. Отпечатанные (четкой качественной печатью на белой бумаге) два экземпляра рукописи, сшитые отдельно скрепкой. Объем статьи — 7—10 страниц (примерно 12 000—15 000 знаков с пробелами); научного сообщения — до 3 страниц (6000 знаков с пробелами). Требования к компьютерному набору: формат А4; кегль 12; шрифт Times New Roman; межстрочный интервал 1,5; нумерация страниц внизу по центру; поля: слева 30 мм, справа — 10 мм, от верхней и нижней строки текста до границы листа — 20 мм.

Распечатка рукописи должна быть подписана автором с указанием даты ее отправки.

1.3. Отпечатанные (четкой качественной печатью на белой бумаге) сведения об авторе: Ф. И. О. (полностью), ученая степень, научное звание, должность, место работы, адрес электронной почты и телефон для связи (все параметры обязательны); название статьи и количество знаков с пробелами.

1.4. CD-диск с электронным вариантом рукописи в Word (файлу присваивается имя по фамилии автора с указанием количества знаков с пробелами, например: «Иванова 12779») и (отдельным файлом с именем в формате «Иванова») сведениями об авторе: Ф. И. О. (полностью), ученая степень, научное звание, должность, место работы, электронная почта, телефон для связи (все параметры обязательны). Статья на бумажном носителе должна полностью соответствовать рукописи на электронном носителе.

Л.И. Абалкин

«РОССИЯ: ОСМЫСЛЕНИЕ СУДЬБЫ»

ИД «Экономическая газета», 2011 г., 864 стр.

В чем особенности развития российской цивилизации? Каково историческое предназначение России? От чего зависит ее будущее и каким мы хотели бы его видеть?

В книгу включены произведения ученого по этим и другим научным вопросам, его биографический очерк, а также воспоминания о нем его друзей и коллег.

Приобрести книгу вы можете:

В интернет-магазине «Экономика и духовность»: www.eko-spirit.ru

В редакции: Тел: (499) 152-6558, (499) 152-0330 E-mail: manager_ras@ideg.ru

РЕКЛАМА

1.5. По предварительному согласованию с редакцией возможно предоставление рукописи в электронном виде на электронную почту.

2. Требования к статье:

2.1. Содержание статьи должно соответствовать профилю журнала.

2.2. Каждая статья должна начинаться:

• названием (полностью набрано заглавными буквами);

• УДК;

• инициалами и фамилией автора (авторов);

• местом работы автора (авторов);

• рабочим адресом автора/авторов (последовательность: название улицы, номер дома, название населенного пункта, название области/края, автономного округа, республики/ страны, почтовый индекс);

• краткой аннотацией содержания рукописи (3—4 строчки, не должны повторять название);

• списком ключевых слов (5—10).

Все — на русском языке.

2.3. Наличие пристатейных библиографических списков обязательно (не менее пяти источников).

2.4. В конце после раздела «Библиография» на английском языке (перевод выполняется автором рукописи) указываются:

• название статьи;

• инициалы и фамилия автора;

• место работы автора;

• полный рабочий адрес автора (с указанием почт. индекса);

• перевод русской аннотации;

• перевод ключевых слов.

2.5. Таблицы, иллюстрации, схемы, графики должны иметь заголовки и ссылки на них в тексте статьи.

3. Прочие положения.

3.1. Автор несет ответственность за точность приводимых в его рукописи сведений, цитат и правильность указания названий книг в списке литературы.

3.2. Рукописи, оформленные в нарушение настоящих требований, не рассматриваются и не возвращаются.

3.3. В случае отклонения рукописи решением редакционной коллегии (по результатам внутреннего рецензирования) автору направляется мотивированный отказ, отклоненные рукописи не возвращаются.

3.4. Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

Организация службы маркетинга в условиях малого бизнеса

Кузьмичева М.,
к.э.н., доцент кафедры маркетинга и экономики предприятий, Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского

В условиях рынка управление маркетингом приобретает такое же значение, как и управление производством, финансами и кадрами. Создание службы маркетинга требует не только изменения организационной структуры компании, но и установления новых функциональных связей между подразделениями. Автором статьи рассмотрены особенности построения отдела маркетинга в организациях малого бизнеса.

Ключевые слова: **маркетинг, служба маркетинга, малый бизнес.**

The organization of marketing in a small business

Kuzmicheva M.,
Ph.D., assistant professor of marketing and business economics, Moscow State University of Technologies and Management named after K.G. Razumovskiy

In a market marketing management becomes as important as the management of production, finance and human resources. Creation of marketing requires not only changes in the organizational structure of the company, but also the establishment of new functional connections between the units. The author of the article describes the features of construction of the marketing department in the organizations of small businesses.

Keywords: **marketing, marketing service, small business.**

В условиях рынка управление маркетингом приобретает такое же значение, как и управление производством, финансами и кадрами. Руководители маркетинга несут всю полноту ответственности за координацию и взаимоувязку сбыта и распределения, сбора информации и исследовательских работ, рекламы и стимулирования сбыта, планирования развития рынка и ассортимента продукции предприятия. Они отвечают за управление всей деятельностью предприятия в сфере маркетинга.

Создание такой службы требует соответствующего изменения организационной структуры управленческих служб и установления новых функциональных связей между подразделениями предприятия. Первые шаги функционирования маркетинговых служб показали, что это стало наибольшей проблемой. Поэтому большое значение при создании структуры маркетинга должна иметь правильная организация ее взаимоотношений с другими подразделениями для обеспечения необходимого обмена информационными потоками.

На многих предприятиях наиглавнейшим, с точки зрения руководителя предприятия, показателем эффективности маркетинговой деятельности является количество привлеченных потребителей и отгруженной им продукции. Вследствие этого одним из ключевых вопросов является организация взаимодействия сотрудников маркетинговой службы со службой сбыта в части ведения переговоров с потребителями. Должен ли менеджер службы маркетинга вести потребителя до конца или ему достаточно передать информацию о новом потребителе в отдел сбыта? Если да, то как он потом может влиять или контролировать ситуацию? Здесь нет однозначного ответа. Все зависит от организационной структуры подчиненности этих служб и от отношений между ними.

Например, в состав службы маркетинга входят договорной отдел (заключение и ведение договоров), аналитическая группа службы маркетинга, цех комплектации готовой продукции и склад сбыта. *В этой ситуации разумно следующее распределение обязанностей между подразделениями:*

- *договорный отдел ведет традиционных потребителей, дилеров, в части контроля за выполнением ими договорных обязательств, и работает со всеми Потребителями, непосредственно обратившимися самостоятельно на предприятие;*
- *аналитическая группа осуществляет поиск новых потребителей и контролирует первую отгрузку, после чего передает их в договорной отдел. Она же ведет все виды работ по организации взаимоотношений с дилерами (в части изучения конъюнктуры рынка) и развития дилерской сети как таковой;*
- *отдел сбыта отвечает за своевременность и правильность отгрузки и организацию учета продукции на складе.*

Информационное взаимодействие между структурными подразделениями предприятия — традиционно слабое место для большинства из них. И даже высокая степень компьютеризации на предприятии редко может принципиально изменить картину в лучшую сторону. Безусловно, все горизонтальные связи можно и нужно прописать в должностных инструкциях.

Организационно служба маркетинга должна быть подчинена непосредственно директору предприятия, что обеспечивает независимость ее положения по отношению к другим подразделениям и объективную оценку возможностей предприятия при разработке его маркетинговой политики. В своей деятельности служба маркетинга должна взаимодействовать с подразделениями предприятия, участвующими в достижении его производственно-коммерческих целей (рис.1).

При взаимодействии с отделом главного конструктора и главного технолога служба маркетинга предоставляет следующие данные:

- *количественные и качественные требования потенциальных и существующих потребителей новой продукции;*
- *план мероприятий по коммерческой реализации и техническому обслуживанию продукции;*
- *стоимостные ограничения на цену изделия, определяемые рынком и производителями аналогичной продукции.*

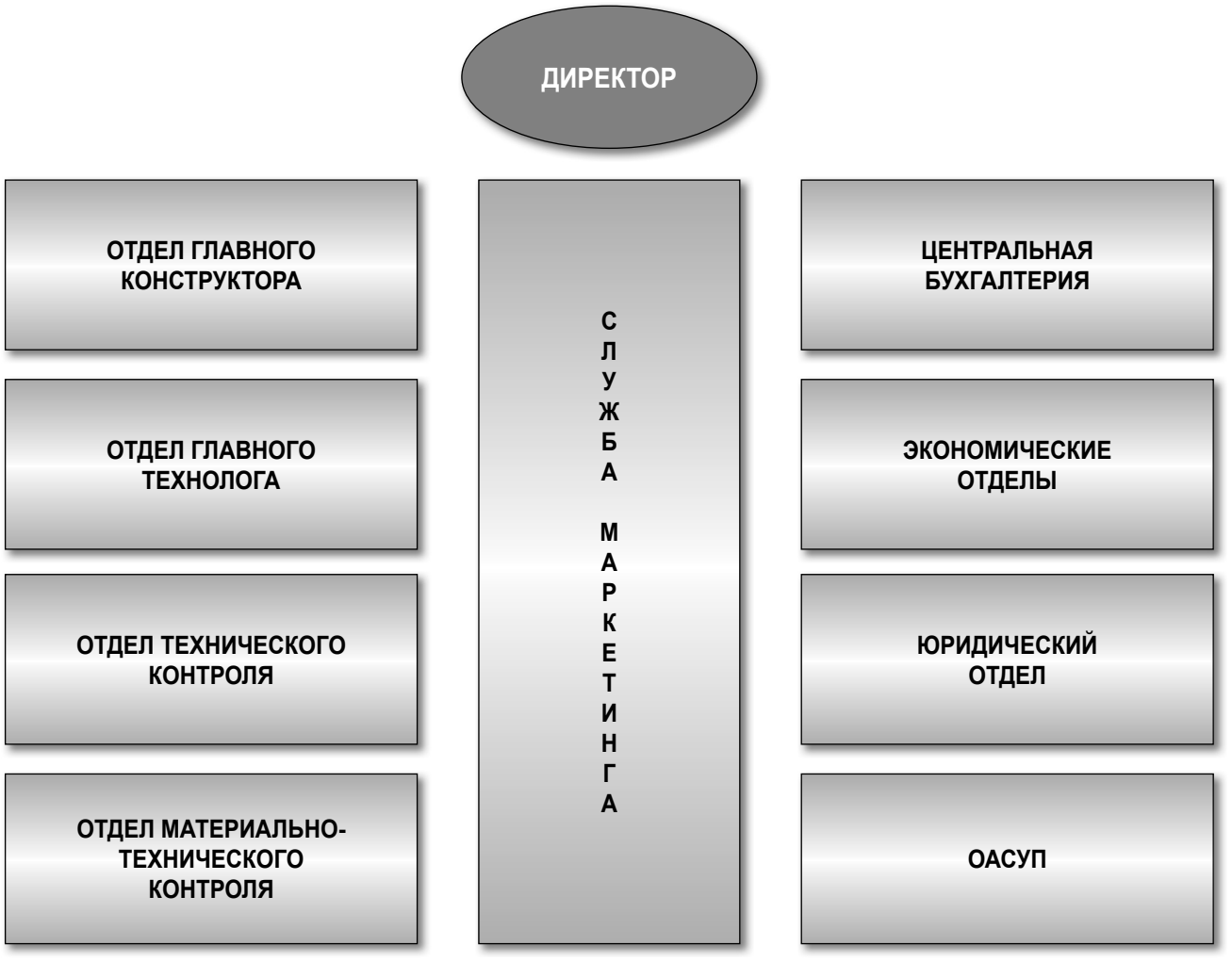


Рис. 1. Взаимодействие службы маркетинга с подразделениями предприятия

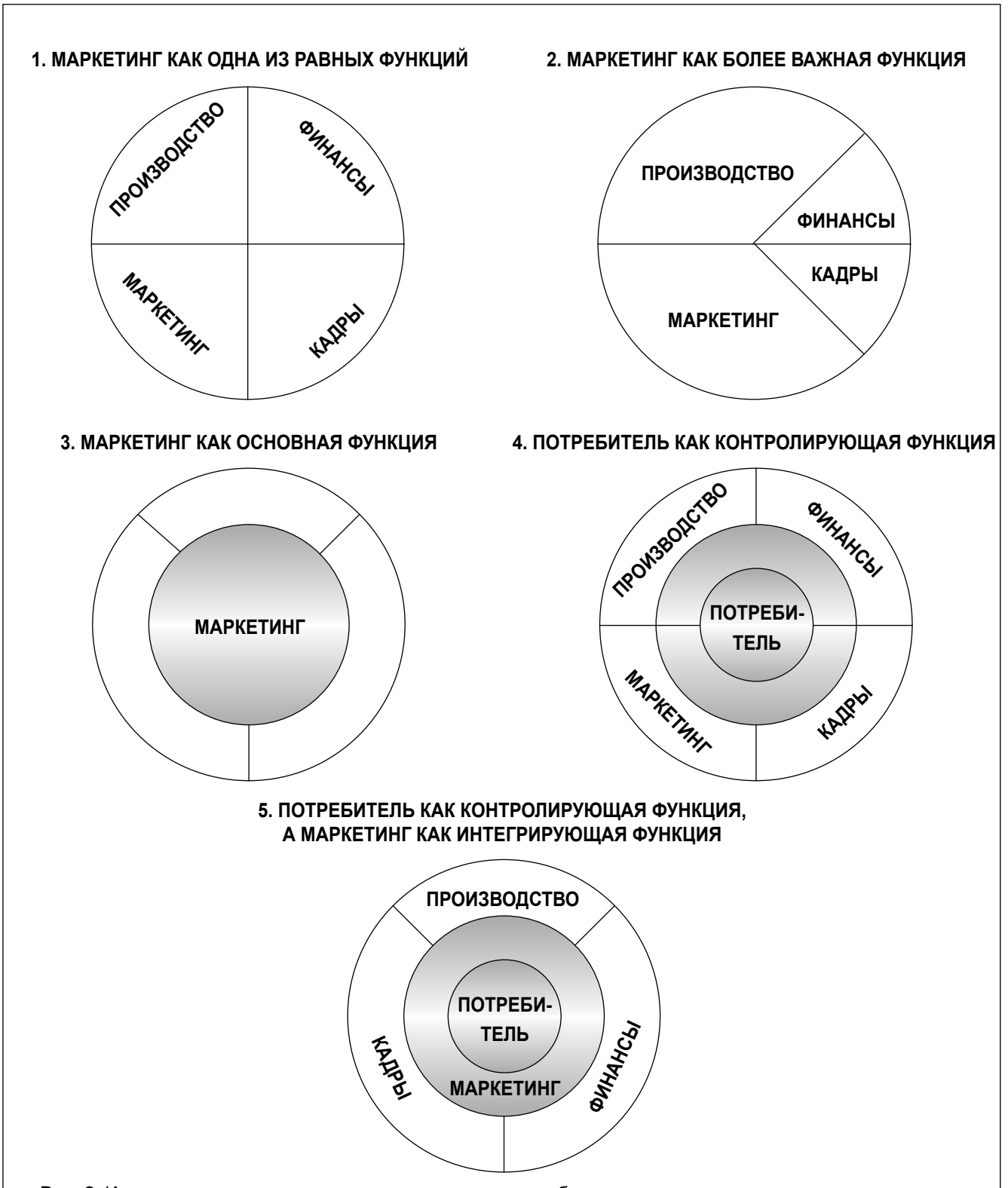


Рис. 2. Изменение роли маркетинга в деятельности малого бизнеса

Конструкторские и технологические отделы взаимодействуют со службой маркетинга по всем вопросам, связанным с оценкой продуктивности новых решений по разработке и производству перспективной продукции, и обеспечивают службу маркетинга сведениями:

- *о реальном состоянии и возможностях предприятия в области конструирования новой техники и технологии;*
- *об уровне квалификации специалистов;*
- *о конструкторских, ресурсных и прочих ограничениях;*
- *о прочих факторах, влияющих на эффективность работы службы маркетинга.*

Взаимодействие службы маркетинга с отделом технического контроля осуществляется по вопросам повышения качества и надежности продукции.

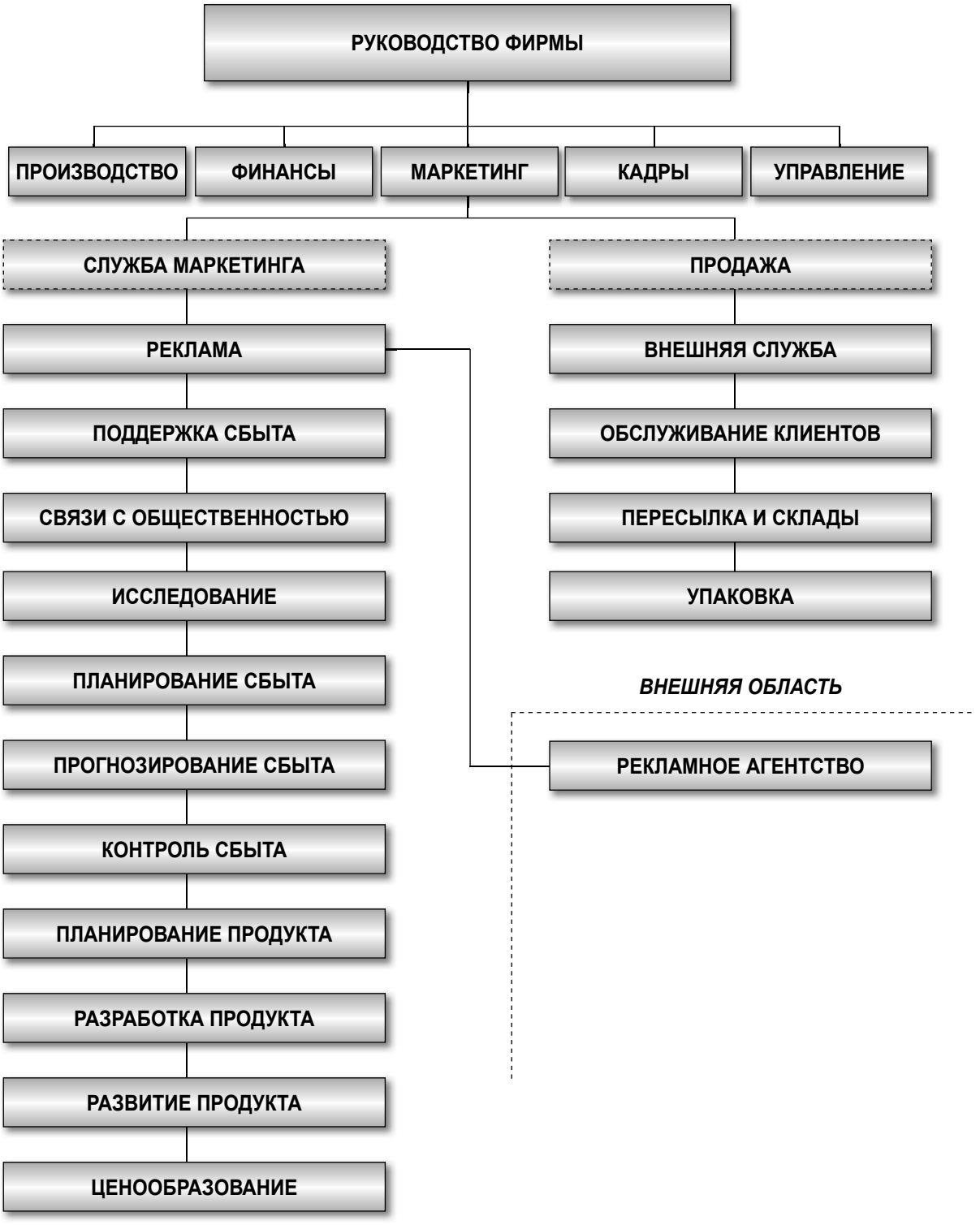


Рис. 3. Ориентированная на маркетинг фирма-товаропроизводитель

С экономическими отделами и бухгалтерией служба маркетинга предприятия взаимодействует:

- *при разработке планов внедрения передовой техники;*
- *организации производства;*
- *определении экономической эффективности новой продукции и технологии;*
- *анализе работы предприятия;*
- *разработке перспективных и текущих планов социально-экономического развития предприятия.*

Взаимодействие службы маркетинга с отделом материально-технического снабжения осуществляется при подготовке договоров на приобретение необходимой для производства материально-технической продукции и управления ее запасами.

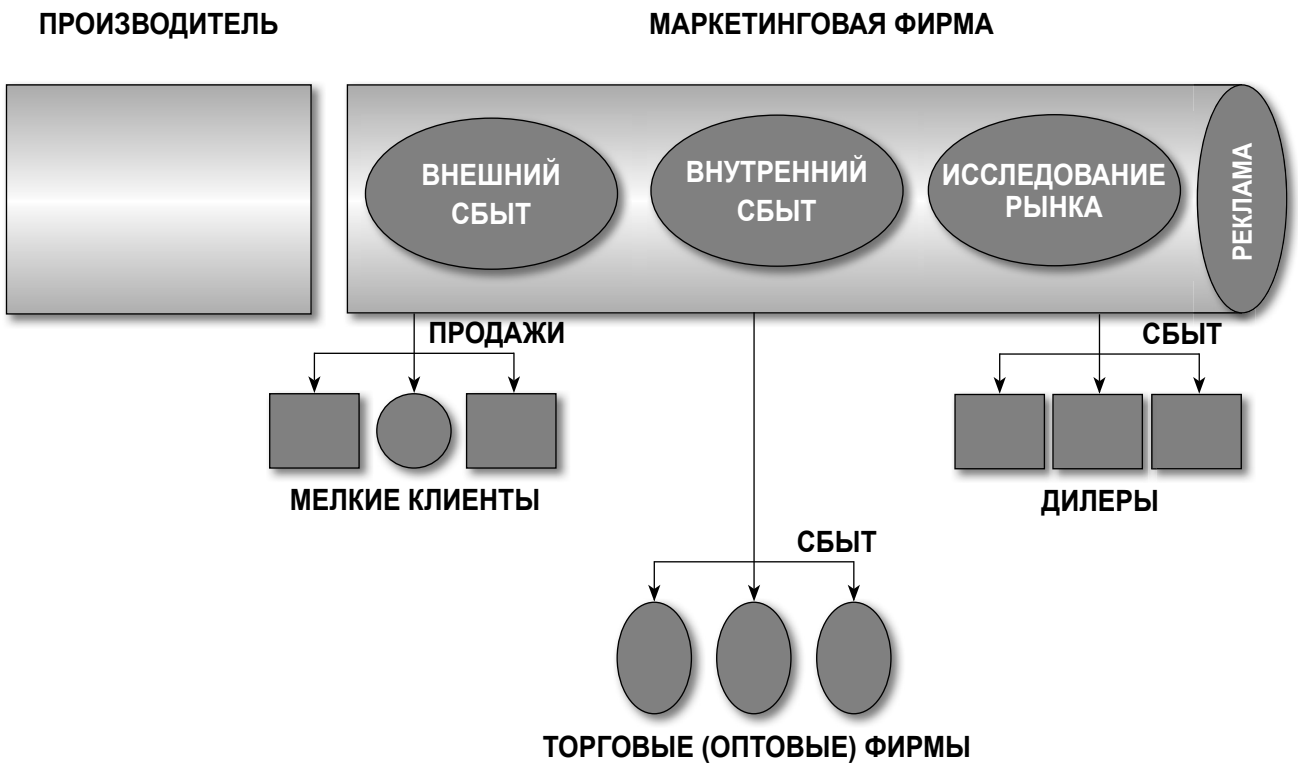


Рис. 4. Осуществление продажи продукции производителя через маркетинговую фирму

Взаимодействие с ОАСУП (отдел автоматизированных систем управления производством) осуществляется по вопросам организации и ведения автоматизированных коммерческих баз данных, проведения расчетов, обеспечивающих процесс конъюнктурно-экономических исследований.

С юридическим отделом служба маркетинга взаимодействует по вопросам правового обеспечения производственно-коммерческой деятельности предприятия, поскольку существует множество разнообразнейших нормативно-правовых актов, относящихся к разработке новых продуктов, условиям и правилам производства, хранения, транспортировки, условиям продажи, определения цены, рекламе. Кроме того, существуют инструкции и законы по патентованию, регистрации марок или товарных знаков, по условиям заключения лицензионных соглашений, рекламациям или претензиям заказчиков и покупателей, а также нормы по вопросам ограничения торговой практики, картельных или монополистических соглашений, покупки или продажи в рассрочку, установления цен и так далее. В процессе своей деятельности маркетинговый отдел неоднократно сталкивается с необходимостью грамотного оформления договоров, просчета юридических последствий тех или иных мероприятий, например, каких-либо рекламных обращений.

В соответствии с основными направлениями деятельности служба маркетинга ряд функций своих подразделений может выполнять во взаимодействии с внешними предприятиями и организациями (специализированные организации по маркетинговым исследованиям и др.). При грамотно поставленном взаимодействии отдела маркетинга с другими подразделениями компании достигается максимальный эффект деятельности предприятия в целом. **Как показывает практика для этого целесообразно** создание Положения о маркетинговой службе — с описанием ее целей, задач и функций, способов обмена информацией с другими подразделениями и т. д., а также Должностные инструкции специалистов отделов.

В рамках малого бизнеса главными вопросами становятся конструкторские характеристики изделий, материалы, модели, а также себестоимость изделий, сроки изготовления и поставок. Так как основные маркетинговые функции находятся в компетентности сотрудников российского подразделения, а контроль осуществляется коммерческим директором непосредственно на месте продаж, сложностей при взаимодействии отделов практически не возникает. Конечно, это зависит и от масштаба самого предприятия. Пока оно невелико, взаимосвязь маркетинговой деятельности с другими направлениями отслеживается достаточно просто, а решения принимаются оперативно. При расширении предприятия этому аспекту необходимо будет уделить большое внимание.

Растущая роль маркетинга в деятельности хозяйствующих субъектов постепенно находила соответствующее отражение в построении организационно-управленческих структур и их функциях. В качестве хозяйственной функции маркетинг прошел четыре этапа: выполнение функции

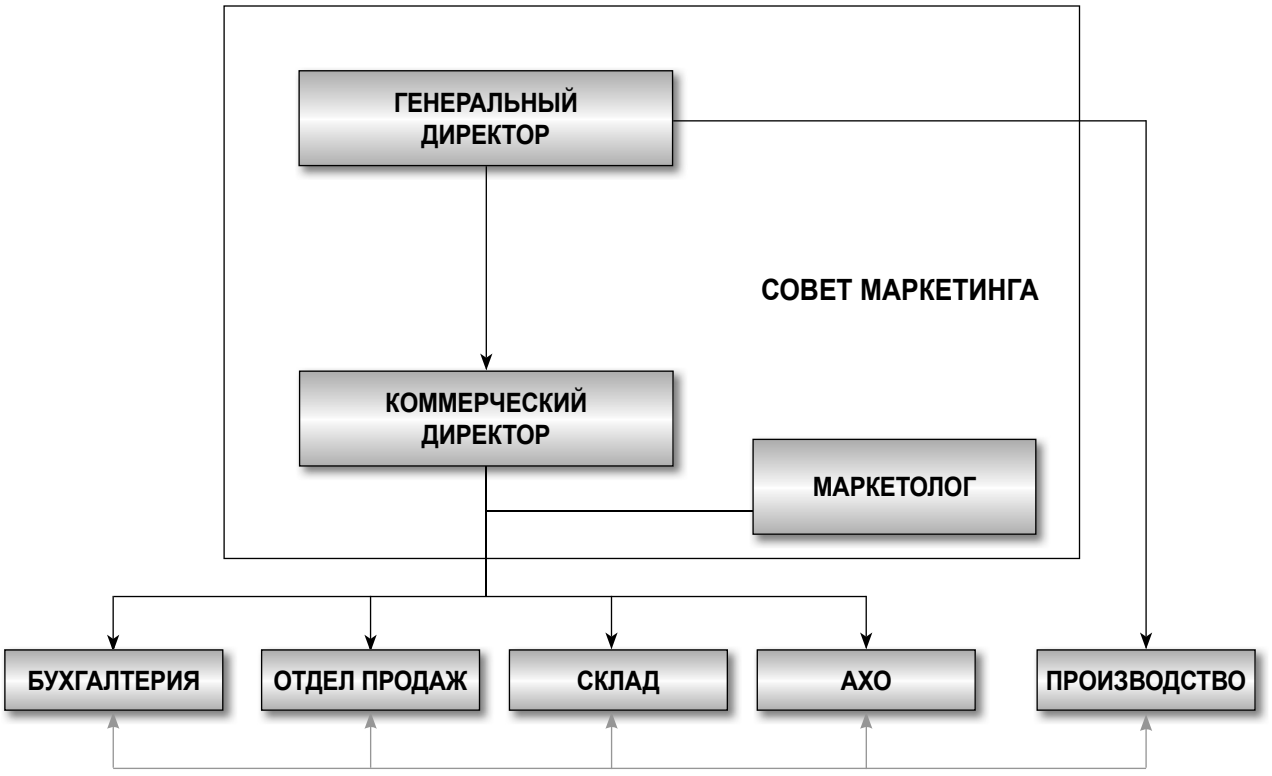


Рис. 5. Схема оптимизированной структуры службы маркетинга на предприятиях малого бизнеса

распределения, организационная концентрация (как функция продаж), выделение в самостоятельную службу (выполняющую одну из основных функций в деятельности фирмы) и превращение маркетинга в генеральную функцию фирмы. Эволюция организационно-управленческих форм маркетинга приведена на рисунке 2.

Постепенное развитие организационных форм и функций маркетинга в фирмах проявилось в том, что накопление количественных элементов маркетинга вызывало качественные организационно-управленческие сдвиги, которые, в свою очередь, приводили к количественному росту сотрудников-маркетологов или различных подразделений. В результате из скромной и малоприметной «ячейки» в отделе сбыта маркетинг превратился в полномасштабную службу, оказывающую сильное воздействие на все стороны хозяйственной жизни фирмы. Более того, в фирмах, деятельность которых полностью основана на принципах маркетинга, маркетинговыми являются (если не по форме, то по сущности своей деятельности) фактически все основные службы, а не только маркетинговая.

Мировой и отечественный опыт свидетельствует о том, что перестройка организационных фирменных структур управления с целью ориентации их на маркетинг — это сложный процесс, требующий тщательной подготовки и участия в ней не только руководящего состава, но и всего персонала. Распространенная в прошлом практика переименования отделов и служб сбыта многих российских предприятий в отделы и службы маркетинга без коренного изменения их функций была не только в корне ошибочной, но и дискредитировала маркетинг и его возможности в глазах многих руководителей.

Типичная ошибка — создание служб маркетинга, которые лишь формально соответствуют сложившимся представлениям о них. Спешка при создании, неподготовленность коллектива к положительному восприятию такой новации, слабая квалификация руководителей и персонала маркетинговых подразделений, противодействие со стороны руководителей других служб, отсутствие у руководства фирмы настойчивости, убежденности, инициативы, а часто и просто понимания реальных выгод от использования маркетинга — это основные причины неэффективности деятельности этих служб. Иными представляются пути и возможности использования маркетинга на вновь создаваемых предприятиях. В таких случаях появляется возможность с самого начала формировать хорошо отлаженные организационно-управленческие структуры, в которых маркетинг занимал бы должное место с учетом профиля создаваемого предприятия, масштабов производства, ассортимента продуктов, планируемого географического охвата рынка и других стратегических задач.

Важным является вопрос о статусе маркетингового управленческого подразделения. Имея низкий статус, оно может превратиться в бесправного регистратора происходящих явлений — в таком случае это будет излишняя структура, увеличивающая издержки и усложняющая управленческие проблемы. Обеспечить высокий статус маркетингового подразделения можно путем подчинения

Рис. 6. Организационная структура управления маркетингом

отдела или службы маркетинга непосредственно генеральному директору или его первому заместителю. Однако это не принесет желаемых результатов при отсутствии расширения прав и функций подразделения, закрепления за ним функций, которые позволяют с позиций маркетинга реально воздействовать на решения по созданию и производству товаров с учетом рыночного спроса, выбору целевых рынков сбыта, формированию и осуществлению сбытовой, ценовой, рекламной политики и т. д.

Внедрение маркетинга в организационные структуры промышленных фирм происходит по двум главным направлениям: путем создания специализированной службы или отдела маркетинга и путем модернизации других основных служб с целью их большей адаптации к требованиям рынка и более гибкой реакции на изменения внешней среды. С другой стороны, внедрение маркетинга в существующую в течение десятилетий и подвергающуюся тем или иным изменениям организационную структуру фирмы не может не воздействовать на организационную структуру маркетинга, которая вынуждена учитывать общие принципы построения в фирме структуры управления и формы их реализации.

На рисунке 3 приведена структура фирмы-производителя, ориентированной на маркетинг. Как видно, сбыт (продажи) подчинены маркетингу, который объединяет аналитическую информацию о продукте, сбыте, рынке от службы маркетинга с реальной от отдела продаж. Сам же маркетинг занимает главенствующую позицию, определяя деятельность других направлений, он подчинен непосредственно руководителю фирмы.

Подобная структура объединяет усилия менеджеров, производственников, технических специалистов, коммерческих работников и конечных потребителей, позволяет быстро реагировать на изменения окружающей среды и воздействовать на нее по определенным направлениям.

Еще один из возможных путей адаптации промышленных предприятий к рыночным условиям с помощью маркетинга — создание чисто маркетинговой фирмы, выполняющей все функции маркетинга, и в первую очередь реализацию продуктов производителя, с которым она связана финансовыми интересами. Такая маркетинговая фирма, будучи юридически самостоятельной, имеет общие интересы и совместный капитал с фирмой-производителем (рис. 4).

Эволюционное развитие процесса, в ходе которого производитель передает маркетинговой фирме все функции маркетинга и сбыта, помогает избежать всякого рода организационно-властных потрясений. Для эффективного функционирования такой системы необходимо

соблюдение по крайней мере двух главных условий: наличие объединяющей обе фирмы совместной собственности и четко определенные в договоре их права и обязанности по отношению друг к другу в области экономического, производственного, сбытового, сервисного, финансового и иного взаимодействия.

Структура, функции, права и обязанности каждого подразделения закрепляются в Положении о службе маркетинга, которое утверждает руководитель.

Так в обязанности Совета маркетинга будет входить разработка долгосрочных и среднесрочных целей, ценообразование, ассортиментная политика.

Генеральный директор отвечает за контроль над производством (поскольку проводит там большую часть времени), а также общую работу подразделений.

Коммерческий директор в свою очередь контролирует сбыт, а также принимает участие в изучении конкурентной среды (посещает выставки, торговые представительства конкурентов), контролирует финансовые результаты своего подразделения.

Бухгалтерия ведет материально-финансовый учет, предоставляет информацию для анализа и планирования. Выполняет поручения маркетолога.

Отдел продаж с точки зрения функции «Сбыт» отвечает работу с существующей базой клиентов и ищет новых покупателей, принимает и обрабатывает заказы, консультирует по товару, отслеживает оплату, отправку и доставку, планирует поставки, решает возникающие вопросы. Также этот отдел выполняет поручения маркетолога: собирает необходимую информацию о региональных рынках детской одежды, конкурентах, действующих на этих рынках, потребителях, их предпочтениях, рассылает каталоги продукции, в рамках исследований проводит опросы, доводит до сведения различную информацию и т. д.

Склад решает вопросы товародвижения:

- *начальник склада отвечает за складской учет, размещение и хранение товара, формирование и отправку заказов, унитизацию партий, координирует работу сотрудников склада;*
- *менеджер по закупкам своевременно размещает заказы на производстве, обеспечивает их доставку и таможенное оформление, отвечает за наличие необходимого ассортимента для выполнения заказов клиентов (по заявкам менеджеров по продажам), а также производит закупки товаров сторонних производителей по согласованию с коммерческим директором;*
- *грузчик осуществляет упаковку, разгрузку, погрузку и перемещение грузов в пределах склада и прилегающей территории;*
- *экспедитор отвечает за перевозку грузов до склада клиента, либо до транспортной компании, обеспечивает оформление и отправку.*

Сотрудники склада в своей работе руководствуются маркетинговыми принципами: учитывают и анализируют издержки, ищут пути наиболее выгодного товародвижения, обеспечивают высокий уровень обслуживания клиентов и т. д. Кроме коммерческого директора, склад также подчиняется маркетологу в части выполнения его заданий для реализации маркетинговых мероприятий и рекомендаций для более эффективного исполнения своих обязанностей.

Офис-менеджер обеспечивает жизнедеятельность фирмы (обеспечивает наличие расходных материалов, исправность оргтехники и т. д.), а также занимается вопросами рекламно-выставочной деятельности, которую организует и контролирует маркетолог. Офис-менеджер осуществляет помощь в поиске и подборе рекламных посредников, организует связь с ними, обеспечивает своевременность размещения рекламы, оплаты услуг, а также занимается обновлением каталога на сайте фирмы. Кроме того офис-менеджер выполняет задания маркетолога, оказывает ему помощь в работе.

В целях оптимизации работы, а также своевременности осуществления маркетинговых мероприятий, некоторые из них могут быть реализованы с помощью фирм-посредников. Решение об этом принимает Совет маркетинга исходя из целесообразности подобного аутсорсинга.

Немаловажной будет организация взаимодействия маркетолога с конструкторско-технологическим отделом по выполнению требований потребителей к выпускаемой продукции. Поэтому вполне целесообразно добавление нового сотрудника на производстве, в обязанности которого будет входить взаимодействие с маркетологом, а также реализация рекомендаций по производству продукции, подбору сырья и материалов, контроль за их выполнением и т. д.

Оптимизированную организационную структуру службы маркетинга можно представить следующим образом (рис. 5).

На первом этапе осуществляется отработка взаимодействия существующих структур в рамках службы маркетинга.

На втором этапе производится создание организационной структуры маркетинга в соответствии с рыночными требованиями. Срок перехода ко второму шагу зависит от успешности адаптации новой структуры в общую схему. Если служба маркетинга действительно станет центром организации всей деятельности, а все службы будут успешно выполнять возложенные на них дополнительные функции, можно переходить ко второму этапу.

Организация структуры на втором этапе приведена на рисунке 6.

Общая цель службы маркетинга состоит в оптимизации процессов разработки, производства и реализации продукции в соответствии с запросами потребителей.

Литература

1. *Котлер Ф.* Основы маркетинга / Ф. Котлер — М.: Прогресс, 2008. — 734 с.

2. *Багиев Г.Л.* Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии / Г.Л. Багиев — СПб.: Обл. правл. ВНТОЭ, 2009. — 240 с.

3. *Дихтль Е.* Практический маркетинг / Е. Дихтль, Х. Хершген — М.: Высшая школа, 2008. — 369 с.

4. *Быкова Е.В.* Финансовое искусство коммерции / Быкова Е.В., Стоянова Е.С. — М.: Перспектива, 2008. — 154 с.

От известной торговой марки к бренду

Кузьмичева М.,
к.э.н., доцент кафедры маркетинга и экономики предприятий,
Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского

Шестов А.,
к.э.н., доцент кафедры менеджмента и предпринимательства,
Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского

Автором статьи рассматривается разработка маркетинговой стратегии, направленной на создание бренда товара.

Ключевые слова: **торговая марка, бренд, стратегия маркетинга.**

From the well-known trademark to brand

Kuzmicheva M.,
Ph.D., assistant professor of marketing and business economics,
Moscow State University of Technologies and Management named after K.G. Razumovskiy

Shestov A.,
Ph.D., assistant professor of management and entrepreneurship,
Moscow State University of Technologies and Management named after K.G. Razumovskiy

The author of the article explores the development of marketing strategies aimed at creating a brand product.

Keywords: **brand, marketing strategy.**

Управление объемом продаж и ценой дают позиционные преимущества. Например, с помощью «раскрученной» торговой марки предприятие может увеличить количество «интересующихся» своим товаром, а затем, возможно, и поднять на товар цену. Ведь это не простой, а «всем известный и всеми любимый» товар. Его предпочитают другим товарам, его любят, его ищут. Торговая марка держится, во-первых, на качественном товаре и обслуживании; во-вторых, на крепком позиционировании и стратегии продвижения на несколько лет вперед. Успешность компании меряется также конкурентоспособностью.

При разработке стратегии маркетинга конкретных товаров продавец должен решить, будет ли он предлагать их как марочные. Представление товара в качестве марочного может повысить его ценностную значимость, и поэтому подобное решение является важным аспектом товарной политики.

Первое решение, которое предстоит принять предприятию, — это решение о том, будет ли фирма присваивать своему товару марочное название. Несколько лет назад большинство товаров обходилось без таких названий. Производители и посредники продавали товары прямо из бочек, ларей или ящиков без всякой ссылки на поставщика. Первыми пропагандистами товарных марок в Соединенных Штатах были изготовители патентованных медицинских средств.

Практика присвоения марочных названий получила столь широкое распространение, что сегодня их имеет почти любой товар. Соль производители упаковывают в оригинальную тару, на апельсинах ставят штамп с именем

того, кто их вырастил, обычные гайки и болты помещают в целлофановые пакеты с этикеткой дистрибьютора, а запасные части к автомобилям — свечи, шины и фильтры — несут на себе марочные названия, отличающие их от аналогичных товаров других автомобильных фирм.

Недавно наметилась тенденция к отказу от товарных марок для ряда основных потребительских товаров и лекарственных средств. Эти товары продают под их родовыми названиями в простой одноцветной упаковке, на которой отсутствует обозначение производителя. Смысл предложения товаров без марочных обозначений — снизить их цену для потребителя благодаря экономии на упаковке и рекламе. Так что проблема наличия или отсутствия на товаре марочных обозначений стоит на повестке дня и сегодня.

Сегодня, по оценке экспертов, российский рынок одежды почти на 90% занят зарубежными производителями. Причем основная конкурентная борьба ведется в области, занимаемой дорогими мировыми брендами. При этом роль марки и приверженность ей в премиум-сегменте гораздо выше, чем в среднем ценовом сегменте.

В целом российский рынок одежды на 65% состоит из дешевого безмарочного импорта из азиатских стран, около 20% рынка занимает безмарочная продукция российских производителей, 15% — брендовая одежда российских и зарубежных компаний.

В конце 1978 г. фирма «Доминикс файнер фудз», владеющая большой сетью универсамов в Чикаго, предложила покупателям 40 товаров под их родовыми названиями. Это были более дешевые варианты самых обычных товаров из номенклатуры универсамов, таких как спагетти, бумажные салфетки и персики, но без всяких марочных обозначений и в бесхитростной одноцветной упаковке. Фирма предложила товары стандартного или чуть ниже стандартного качества по ценам до 30% ниже марок, рекламируемых в общенациональном масштабе, и до 15% ниже изделий, продаваемых под частными марками. Снижение цен стало возможным за счет использования компонентов более низкого качества, более дешевой маркировки и упаковки, а также сведения к минимуму расходов на рекламу.

Экономия на ценах родовых безмарочных товаров оказалась сильным привлекательным фактором. Демографический профиль потребителей безмарочных товаров свидетельствует о том, что это лица с большими семьями, высоким уровнем доходов и высшим образованием. Их средний возраст — от 35 до 45 лет.

Четверо из каждых пяти покупателей считают, что более низкие цены — результат сокращения затрат на рекламу и упаковку. И только один из каждых пяти полагает, что низкая цена объясняется пониженным качеством. А ведь снижение качества в данном случае является одним из основных факторов. К примеру, бумажные салфетки могут быть менее гигроскопичными, а в стиральном порошке — отсутствовать ароматизаторы. Но, несмотря на это, потребители пребывают под сильным впечатлением экономии.

Безмарочные товары представляют наибольшую угрозу для фирм, распространяющих в общенациональном масштабе марочные товары, не отличающиеся высоким качеством. В самом деле, зачем переплачивать 30% за марочный товар, если его качество почти не отличается от качества его безмарочного родственника?

Перед производителем, принявшим решение о переводе своего товара в разряд марочных, открыто три пути. Во-первых, товар можно выпустить на рынок под маркой самого производителя (которую называют также общенациональной маркой). Во-вторых, производитель может продать товар посреднику, который присвоит ему свою «частную» марку (называемую также маркой посредника, дистрибьютора или дилера). И, в-третьих, производитель может продавать часть товаров под своей собственной маркой, а остальные — под частными марками.

При разработке марочного товара производитель должен принять решение об уровне качества и прочих отличительных чертах, которые будут обеспечивать поддержание позиции марки на целевом рынке. Одним из основных орудий позиционирования, которым располагает продавец, является качество его товара. Качество — это способность марочного товара выполнять свои функции. В понятие качества входят долговечность товара, его надежность, точность, простота эксплуатации, ремонта и прочие ценные свойства. Некоторые из этих характеристик поддаются объективному замеру. Проблема качества привлекает сегодня повышенный интерес и потребителей и фирм. Покупателей поражает качество японских автомобилей, японской электроники, а также автомобилей, одежды и пищевых продуктов европейского производства. Многие потребители предпочитают покупать одежду, которая дольше носится и дольше выглядит элегантной по сравнению с ультрамодными изделиями. Они проявляют больше интереса к свежим и питательным продуктам, сырам, деликатесам и меньше — к безалкогольным напиткам, сладостям и обедам из замороженных полуфабрикатов. Некоторые фирмы уже откликаются на этот растущий интерес к качеству, однако в этом направлении можно сделать еще очень много.

Производитель, выпускающий свое изделие в виде марочного товара, должен будет принять еще несколько решений. Существует по крайней мере четыре подхода к проблеме присвоения марочных названий.

Индивидуальные марочные названия. Этой стратегии придерживается корпорация «Проктер энд Гэмбл» (стиральные порошки «Тайд», «Болд» и др.).

Единое марочное название для всех товаров. Такой политики придерживаются фирмы «Хайнц» и «Дженерал электрик», «Найк».

Коллективные марочные названия для товарных семейств. Такой политики придерживается фирма «Сирс» (электробытовые приборы «Кенмор», женская одежда «Керрибрук», основное оборудование для дома «Хоумарт»).

Торговое название фирмы в сочетании с индивидуальными марками товаров. Такой политики придерживается фирма «Келлогг» (хрустящий рис «Келлоггс райс криспис», изюмные хлопья «Келлоггс рейзин брэн»).

Основное преимущество присвоения товарам индивидуальных марочных названий в том, что фирма не

связывает свою репутацию с фактом восприятия или невосприятия рынком конкретного товара. Если товар потерпит неудачу, это не нанесет никакого ущерба имени фирмы.

Есть определенные преимущества и у стратегии присвоения единого марочного названия всем товарам. Снижаются издержки по выводу товара на рынок, поскольку отпадает необходимость больших затрат на рекламу, которая обеспечит узнаваемость марочного названия и создаст предпочтение ему. Более того, сбыт пойдет успешно, если имя производителя уже хорошо воспринимается рынком.

И наконец, некоторые производители хотят, чтобы название фирмы ассоциировалось с каждым индивидуальным марочным названием каждого отдельного товара. Название фирмы придает новинке законную силу, а индивидуальное марочное название сообщает ей неповторимость. Название фирмы связывает товар с репутацией производителя, а вторая часть придает ему эффектную индивидуальность.

Марочное название не должно быть случайным. Оно должно способствовать упрочению представления о товаре.

Однако именно успех подобных названий может угрожать сохранению на них исключительного права владения производителем. Такие марочные названия, как «ксерокс», «целлофан» и «сечка», уже вошли в общий обиход.

Границы использования завоевавшего успех марочного названия можно расширить.

Стратегия расширения границ марки — любая попытка использования имеющего успех марочного названия при выведении на рынок модификаций товара или товаров-новинок.

Расширение границ марки помогает производителю сэкономить большие средства на пропаганду новых марочных названий и обеспечивает новому товару мгновенную марочную узнаваемость. С другой стороны, если новинка не понравится, это может изменить в худшую сторону отношение потребителей ко всем другим товарам, продаваемым под тем же марочным названием.

Многомарочный подход — это использование продавцом двух или более марок в одной товарной категории. Впервые этот маркетинговый прием был использован корпорацией «Проктер энд Гэмбл» при выпуске на рынок восьми разных марок моющих средств.

Использование стратегии многомарочного подхода объясняется несколькими причинами. Во-первых, производитель имеет возможность получить больше торговой площади в магазинах для выкладки своих товаров. Во-вторых, не так уже много потребителей, настолько приверженных к одной марке, чтобы не попробовать другую. В-третьих, создание новых марочных товаров стимулирует инициативу и повышает отдачу работников организации производителя. В-четвертых, многомарочный подход позволяет акцентировать внимание на разных выгодах и разных притягательных чертах товаров, в результате чего каждая отдельная марка сможет привлечь к себе отдельные группы потребителей.

Товарные знаки и клейма использовались на протяжении всей истории развития человечества для того, чтобы различать похожие товары различных производителей, объединять одинаковый ассортимент в одну группу товаров и обозначать их единой маркировкой.

В российской практике патентование торговых марок осуществляется, когда регистрируется торговый знак, имеющий всемирную известность. Это делается для того, чтобы затем продавать права на использование товарного знака. Продажа товарного знака получила распространение в интегрированной форме организации бизнеса — франчайзинге.

Товарные знаки имеют международную защиту. Еще в 1883 г. было подписано Парижское соглашение о защите промышленной собственности, которое регламентирует стандарты защиты иностранных товарных знаков. Это соглашение действует в 100 странах — участниках соглашения.

В 1891 г. было подписано Мадридское соглашение, которое регламентирует процесс регистрации товарного знака во всех странах, в том числе в России, через центральный офис, расположенный в Женеве. Регистрация товарного знака позволяет оспаривать свои права на него в судебном порядке.

Современный брендинг — это целая система создания и дальнейшего продвижения самых разнообразных торговых марок и имен. Любая торговая марка, имея соответствующий патент на деятельность, стремится иметь охрану и рекламу.

Бренд — это атрибут фирмы или товара, которые отражают их индивидуальность, привлекают концентрированное внимание клиентов и создают имидж фирме, способствуя достижению ею репутации и продвижению товара на рынок.

Символ бренда должен формировать зрительные, слуховые, сенсорные и др. ощущения. Поскольку человек получает информацию о товаре одновременно от нескольких органов чувств, бренд должен отражать необходимые основные свойства товара через его внешние признаки или признаки торговой марки, а также через сообщения, имеющие отношение к товару или марке.

Содержание товарного знака является основой бренда. В свою очередь, посредством бренда формируется отношение покупателя к товарному знаку и осуществляется его продвижение на рынке, т. е. бренд представляет товарный знак в сознании потребителя, но этим их связь не исчерпывается.

Бренд формирует в сознании покупателя отношение к товарному знаку и его потребительским свойствам через маркетинговые коммуникации. Однако мнения, чувства, воображение потребительских свойств товара, сформированные брендом в сознании покупателя, невозможно юридически зафиксировать.

Содержание же товарного знака формируется на правовой основе и регламентируется Законом о товарном знаке и соответствующими нормативными правовыми актами. В этом заключается различие между брендом и товарным знаком.

Понятия «бренд» и «торговая марка» очень часто употребляются как синонимы. С юридической точки зрения

большинство брендов действительно защищены в режиме торговой марки. В режиме торговой марки защищается само слово-название, и государство гарантирует, что никто больше не будет иметь возможности использовать данное слово для обозначения своей продукции.

При этом надо понимать, что возможна ситуация, когда слово, которое является названием, может оказаться не защищаемым, тогда защищается только логотип или упаковка, набор графических элементов, шрифт, сочетания цветов, изображения и т. п. (так называемая защита в режиме промышленного образца).

Помимо юридической защиты в режиме торговой марки или промышленного образца, бренд может быть защищенным в режиме патента (например, TetraPack). Запатентовать можно какую-то технологию или рецептуру; очень распространено патентование на рынке медикаментов. Патентная защита имеет свои недостатки: достаточно незначительно изменить рецептуру (например, шоколада) и можно получать новый патент. К тому же ряд государств «сквозь пальцы» смотрит на нарушение международных патентных договоренностей местными предприятиями.

С юридической точки зрения существует еще один вид защиты бренда — авторское право. При этом надо понимать, что первые три вида защиты регистрационные, а авторское право возникает по факту опубликования. Что считать фактом опубликования, а что нет — вопрос довольно тонкий и может решаться в суде.

Для стран с рыночной экономикой приоритетной целью является устойчивый экономический рост, достижение которого напрямую зависит от эффективности предпринимательской деятельности рыночных субъектов. В условиях монополистической конкуренции, существующей на большинстве рынков, повышение эффективности работы предпринимательских фирм представляет собой особую проблему.

Это обусловлено большим количеством конкурентов, которые производят дифференцированную продукцию, а также наличием брендов, представляющих собой своеобразные мини-монополии за счет лояльных покупателей, привыкших покупать продукцию конкретной фирмы. Развитие монополистической конкуренции активно происходит и в России.

Рекламные коммуникации, создавая образ товара через символику бренда, должны отражать специфические признаки, отличающие его от других брендов.

Если потребитель часто контактирует с брендом через покупку, сообщение или иные информационные каналы, то в его сознании формируется устойчивый образ, ассоциируемый с важными для него свойствами товара. Бренд, символика которого сформирована с учетом этих свойств, имеет большие шансы на успех при продвижении на рынке.

Бренд символизирует потребительские свойства товара в сознании покупателя, подкрепляет интеллектуально-эстетический и потребительский интерес к нему и тем самым формирует отношение потребителя к товару или торговой марке.

Таким образом, понятие «бренд» включает две составляющие:

1) символ бренда;

2) систему отношений потребителя к бренду на основе маркетинговых коммуникаций и другой информации о товаре или торговой марке.

Эффективность продвижения бренда (товара, торговой марки) на рынке в конечном итоге зависит от того, правильно ли сформированы символ бренда и система отношений бренда с потребителями.

Для того чтобы способствовать быстрому и точному распознаванию товара, символ бренда должен:

- *наиболее точно и полно отражать содержание товара;*
- *обеспечивать максимальное отличие от конкурентных брендов;*
- *сформировать у потребителя убеждение, что этот бренд — уникальный.*

Основная задача брендинга, построение развитого бренда (strong brand). Развитым брендом (strong brand) считается такой бренд, который знают и могут отличить от других марок по ключевым элементам более 60% потребителей данной товарной категории.

Если бренд знают и различают от 30 до 60% потребителей, то его можно назвать развивающимся брендом (причем это развитие может идти как в большую, так и в меньшую сторону). Если же бренд знают и различают среди конкурентов менее 30% потребителей, то, по сути, это уже не бренд или слаборазвитый бренд, т. е. основная задача брендинга не может считаться решенной.

Бренд создается из многих компонентов, которые, при правильном сочетании, обеспечивают особую ауру, производящую впечатление чего-то большего, чем только бизнес. Бренд — это общая сумма всех впечатлений покупателей и потребителей, превратившаяся в четкий образ в их сознании, связанный с эмоциональными и функциональными выгодами.

Разработка удачного бренда сравнима с проектированием хорошего дома. Подобно архитектору, который должен учесть и функциональные, и эстетические требования, чтобы здание вышло качественным, создатель бренда не забывает ни о практичности, ни об экспрессивности, разрабатывая привлекательную индивидуальность. Например, если логотип не соответствует тому, что предлагает компания, он просто плох, каким бы красивым или необычным он ни был. Нужно удовлетворять и эстетическим, и функциональным требованиям.

Чтобы бренд процветал, он должен отражать ценности и особенности корпорации, имея прочные корни в общей маркетинговой стратегии.

Чтобы покупатель признавал за брендом аутентичность, тот должен указывать, что предлагает компания, будь то товары или услуги, определяя и общий тон, и культуру, вообще характер его общения с покупателем. Для того чтобы дать товару или компании хорошее место в общественном сознании, а также обеспечить условия, при которых на бренд обратили бы внимание и запомнили, последний должен учитывать доминирующий культурный и деловой масштаб.

Для того чтобы дать бренду позицию на будущее, необходимо сначала понять, какое положение он занимает

сейчас в представлениях целевой аудитории. Построение непременно должно основываться на соответствующих исследованиях. Процесс оценки бренда, включает анализ ситуации и обзор окружения, и он позволяет раскрыть предпочтения покупателя, тенденции в производстве и конкуренции и другие движущие силы рынка. Имея этот прочный фундамент, можно разрабатывать обещание бренда по методике, и цикл развития бренда после этого подходит к стадии проекта.

У бренда много стоимостных аспектов. Универсальную таблицу стоимости бренда составить практически невозможно, по крайне мере, пока ни одному из теоретиков это не удавалось — у каждого свое видение того, как измеряется стоимость бренда и что в нем главное.

Ценность бренда может измеряться в стабильном расширении или стабилизации потребительской аудитории, в уровне устойчивости репутации компании или, например, в уровне ее капитализации. Стоимость компании, имеющей пакет брэндов, превышает стоимость аналогичных компаний, такого пакета не имеющих. Соответственно, единственное, в чем можно быть уверенным, это в том, что в брэнде есть прямая экономическая выгода для его владельца. Какого рода экономическая выгода, зависит от того, в какой выгоде он заинтересован, то есть какой аспект выгоды он будет развивать.

Брендинг — это высшее достижение маркетинга, рекламы, PR. Обладание брендом — победный результат истории фирмы, судьбы ее основателей и руководителей, умелых талантливых бренд-мейкеров. Не каждое имя фирмы может быть названо брендом, не каждому суждено таковым стать, не каждому дано удержать уровень бренда.

Наличие бренда означает, что даже при приблизительно равных потребительских и иных свойствах товар будут больше покупать, у идеи будет больше приверженцев, а за политика будет голосовать больше избирателей. Системный брендинг — создание, распространение, укрепление, сохранение и развитие бренда — сложнейшая технология, не до конца освоенная пока в России и не получившая адекватного объяснения за рубежом. Дело в том, что большинство общемировых брендов имеют многолетнюю историю («Кока-кола» с прошлого века!), многие, даже недавние бренды сформировались стихийно, за счет нетрадиционных действий руководителей или специалистов по маркетингу, рекламе, PR.

Несмотря на определенную известность некоторых фирм в России, говорить о брендинге, т. е. повсеместно известном, глубоко укорененном в массовом сознании и наделенном значительным позитивным смыслом образе фирмы и ее основных товаров не приходится.

Создание бренда на Западе занимает не менее двух лет и требует затрат от 5 млн долларов США и выше. В России это займет такое же время, не считая времени на разработку программы. Сумма затрат, по первоначальным подсчетам, будет меньше нижнего предела — возможно 3—3,5 млн долларов США.

Исследования рекламного рынка России свидетельствуют о том, что обращение только к западному опыту или к самым продвинутым рекламным агентствам мирового класса демонстрирует непонимание российского менталитета, особенно вне Москвы. Особый вопрос — старшее поколение, особенно люди, получившие хорошее советское образование, — они почти полностью отвергают западный стиль рекламы. Что касается PR, то уровень этой работы западных фирм в России еще ниже.

Работа по брендингу предполагает применение всех видов маркетинговых коммуникаций с использованием авторских методик по каждому виду. Заметим, что любой бренд не может быть создан только в рамках PR или рекламы. Это для России вообще новое дело, требующее согласованных действий различных специалистов. Основой работы является общая маркетинговая концепция, включаюшая частные концепции по PR, рекламе, продвижению продаж, прямым письмам, выставкам, размещению продукта и т. п.

Общая маркетинговая концепция требует исследования рынка, оценки потенциальных целевых аудиторий. Слово «потенциальный» имеет особое значение, так как, по нашим представлениям, надо не следовать спросу, а активно формировать его, охватывая все большие группы населения. Такой же активный (агрессивный) стиль будет действовать во всех разделах программы.

PR-концепция создается в обязательном тесном взаимодействии с руководителями и PR-службой фирмы. Необходимо будет определить предполагаемый образ фирмы в глазах общественности и основных групп бренда. Ясно, что все PR-продукты (текстовые, визуальные, электронные) будут соответствовать PR-концепции.

Программа развития и продвижения образа фирмы предусматривает этапы (полгода, год) с промежуточными результатами. Как известно, PR-концепция касается образа компании в целом, и брендом в данном случае становится наименование компании. Что касается отдельных групп товаров, то по каждому разрабатывается отдельная программа рекламы и других методов маркетинговых коммуникаций. Все методы используются в рамках общей программы в определенной последовательности или одновременно (параллельно). Только при наличии полной маркетинговой концепции, определяющей общие и частные программы, подготовка которой и является первым этапом программ создания бренда, возможно достижение цели — создание работающего бренда в России.

Литература

1. *Котлер Ф.* Основы маркетинга / Ф. Котлер. — М.: Прогресс, 2008. — 734 с.

2. *Багиев Г.Л.* Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии / Г.Л. Багиев. — СПб.: Обл. правл. ВНТОЭ, 2009. — 240 с.

3. *Дихтль Е.* Практический маркетинг / Е. Дихтль, Х. Хершген. — М.: Высшая школа, 2008. — 369 с.

4. *Быкова Е.В.* Финансовое искусство коммерции / Е.В. Быкова, Е.С. Стоянова. — М.: Перспектива, 2008. — 154 с.

Главные тенденции рынка транспортной логистики

Воинов Н.,
генеральный директор компании DPD в России

В настоящий момент рынок транспортной логистики находится в стадии умеренного роста. Жесткая конкуренция в транспортной логистике определяет высокие требования, предъявляемые сегодня к качеству доставки. Клиенты ожидают индивидуального подхода и понимания специфики их бизнеса, все более значимыми становятся специализированные решения для определенных отраслей. Успешные экспресс-перевозчики строят свои конкурентные преимущества именно на этом и быстро реагируют на новые вызовы и запросы рынка.

Текущая ситуация

Ежегодно рынок транспортной логистики растет в среднем на 15%. При этом сегмент B2C по сравнению с B2B развивается гораздо быстрее, его среднегодовые темпы роста приближаются к 30%. В последнее время на рынке спрос значительно превышает предложения. В связи с этим условия диктует именно клиент. Причем большая часть запросов на экспресс-доставку относится к сегменту B2C, в частности к интернет-магазинам. В последнее время мы наблюдаем эволюцию форматов ретейлеров, которые переходят на многоканальные продажи и к офлайн прибавляют возможность совершения покупок онлайн. Взаимное проникновение каналов продаж удобно и для потребителя. Становится востребованным универсальная сеть доставки для универсальных магазинов. Поэтому логистические операторы стараются предложить своим клиентам расширенный портфель услуг, который включает в себя множество дополнительных опций: наложенный платеж, доставку курьером от двери до двери, а также в удобные пункты выдачи посылок, возможность примерки заказанного товара и его частичный возврат и т. п.

Еще одной тенденцией становится изменение потребностей клиентов. Сегодня особой популярностью пользуются доставка со статусом экспресс и услуги премиум-класса. Если раньше в период стагнации, обусловленной мировым кризисом, выбор способов доставки в основном зависел от соотношения цена — качество, причем склоняясь в сторону низкой цены, то сейчас отмечается спрос и на более дорогостоящие предложения, обеспечивающие доставку в максимально короткие или гарантированные сроки, а также пул дополнительных сервисов: финансовые гарантии сохранности ценного груза, контроль температурного режима для термочувствительных товаров, сопровождение ценного груза вооруженной охраной и так далее.

На первый план сегодня выходит активно развивающаяся региональная экспансия: все больше компаний, обосновавшись в центральных областях России, продолжают расширяться и открывать свои представительства в других частях Российской Федерации. Ключевыми регионами становятся Урал и Сибирь. Причем крупных операторов интересуют уже небольшие города с населением от 200 тыс. человек, где наблюдается исходящий грузопоток. Ежегодно ведущие логистические компании открывают филиалы примерно в 10—15 городах по всей России.

Среди главных проблем отрасли по-прежнему отмечают вопрос аренды складских помещений по приемлемым ценам, а также далекую от идеала транспортную инфраструктуру нашей страны. Состояние отечественных

дорог также оставляет желать лучшего: за последние 10 лет автомобильный парк вырос на 75%, а сеть автомобильных дорог — лишь на 15%. Несмотря на плачевное состояние многих федеральных автотрасс, более 86% перевозок сегодня осуществляется наземным — в основном автомобильным — транспортом. При этом, несмотря на популярность автоперевозок, не так много компаний имеют собственную разветвленную сеть. В основном это крупные игроки с большим опытом работы на рынке, как, к примеру, служба доставки DPD.

Система авиаперевозок в России слишком слабо развита: грузовых самолетов не так много, а места в грузовых отсеках пассажирских лайнеров сильно ограничены. Многим провайдерам приходится стоять в очередях в аэропорту, для того чтобы груз мог вовремя попасть на борт. Железнодорожные перевозки осложняются трудностями с контролем над сохранностью грузов и соблюдением сроков доставки.

Таможенный союз и ВТО

По сравнению с первыми отправками в рамках Таможенного союза (ТС), сегодня международный рынок демонстрирует динамичный рост, ежегодно увеличиваясь в два раза. Однако, по мнению экспертов, уже в 2013–2014 году темпы роста замедлятся и составят около 70% (в отличие от текущих 150%). На первом этапе действия ТС подобная доставка обходилась логистическим операторам слишком дорого: только одна фура из Москвы в Казахстан стоила 200 тыс. рублей, провайдерам было невыгодно отправлять пустые автомобили, и клиентам часто приходилось ждать своих посылок около 20 дней. С развитием рынка грузоперевозок в рамках Таможенного союза возрастают объемы экспресс-перевозок, а вместе с тем и уровень конкуренции. Первым и огромным преимуществом ТС является снижение издержек таможенного оформления, в результате чего выход на рынки сбыта стран ТС стал более доступным для российского бизнеса.

Значительное увеличение объемов перевозок требует обслуживания и со стороны негосударственных логистических компаний. В связи с чем были приняты такие меры как введение единого тарифа, упрощение системы оформления провозных документов, отмена пошлин и других ограничений и так далее. Они призваны способствовать снижению издержек логистических операторов и делают эти направления наиболее перспективными для транспортно-логистических компаний.

Долгожданное вступление России во Всемирную торговую организацию (ВТО) многие связывают с оптимистическими ожиданиями, хотя есть и те, кто скептически оценивает этот шаг. Даже до вступления в ВТО российский транспортно-логистический рынок привлекал иностранных инвесторов высокими темпами своего развития. Только в 2012 году показатели рыночного роста приближались к 30%, а в текущем году они должны превысить отметку в 20%. В связи с адаптацией России к единой системе ВТО ожидается новый приток инвестирования в отечественную экономику, что должно стимулировать стремительное расширение бизнеса российских компаний. Уже сегодня можно отметить увеличившийся грузопоток в направлении Европы. В частности, становится доступнее и активнее доставка товаров электронной коммерции из-за рубежа частным лицам.

Однако, помимо снятия многих барьеров, у логистических операторов появятся и новые проблемы, связанные с таможенным администрированием. К сожалению, скорость проведения таможенного осмотра товаров в России пока еще сильно недотягивает до стандартов ВТО. По сравнению с распространенной двухчасовой европейской скоростью оформления российские трое суток вызывают недоумение у клиентов транспортно-логистических компаний. Недостаточно агрументированные отказы в декларировании, требование дополнительной документации к грузам и подобные препятствия сильно тормозят в настоящее время работу траснпортно-логистических компаний в международных направлениях.

От того, насколько быстро отечественной таможенной системе удастся адаптироваться к мировым стандартам, зависит степень доверия европейского сообщества российскому бизнесу и, конечно, качество работы провайдеров. Оптимизм в этой сфере внушает переход на новую прогрессивную систему электронного декларирования товаров.

Рынок дистанционной торговли

Все больше людей в связи с нехваткой свободного времени обращаются сегодня за покупками в интернет-магазины. Поэтому одной из важнейших задач, стоящей перед оператором, является развитие онлайн-сервиса. Около 80% затрат на развитие транспортно-логистической компании распределяется в IT-отделы. Многие операторы внедряют электронную систему отчетности, которая позволяет оптимизировать расходы и распределить затраты на те или иные сегменты. Обострившаяся конкуренция заставила российские компании осознать необходимость автоматизации складов. Внедрение систем планирования и прогнозирования спроса, WMS-систем, RFID и т. д. позволяет повысить уровень предоставляемого сервиса и сократить свои издержки. А системы мобильного отслеживания доставки позволяют эффективно контролировать передвижение товаров.

Благодаря вступлению России в ВТО, крупнейшие зарубежные интернет-магазины, например Ebay. com и Alibaba-ru.com, все чаще обращают внимание на российский рынок, тем самым стимулируя отечественные логистические компании. Стремясь предоставить своим клиентам самый современный сервис, многие операторы разрабатывают и регулярно обновляют уже существующие решения для интернет-магазинов: возможность наложенного платежа, возможность отслеживать весь путь своего товара, возможность примерить или проверить товар в присутствии курьера и так далее.

Однако и в этом самом динамично развивающемся сегменте рынка существуют некоторые сложности. В основном они касаются транспортировки хрупких товаров (мобильных телефонов, ноутбуков и т. п.), а также

габаритных грузов (холодильников, стиральных машин и другой бытовой техники). Так, лишь немногие операторы на российском рынке готовы предложить своим заказчикам комплексные услуги по проверке вложений и их внутритарному досмотру при отгрузке и доставке. Подобные опции позволяют сосредоточить ответственность за сохранность отправления в одних руках и дают возможность гарантировать качественную и своевременную доставку. Поэтому в таких услугах особенно заинтересованы крупные ретейлеры. Также среди сложностей — неготовность российских покупателей вносить предоплату и недостаточная распространенность у операторов такой опции, как наложенный платеж. В то же время высокий уровень конкуренции на рынке дистанционной торговли побуждает интернет-магазины (а вслед за ними и логистических операторов) бороться за клиентов, предлагая все больше дополнительных услуг. В большинстве случаев в таких условиях онлайн-ретейлеры терпят убытки: значительные затраты уходят на доставку товара клиенту, отправку обратно неподходящего товара и так далее.

Несмотря на все трудности, специальные логистические решения помогают сегодня бизнесу расширять свое влияние и привлекать новых клиентов. Поэтому основным трендом на транспортно-логистическом рынке в 2013 году является обновление сервисов с учетом индивидуальных запросов заказчиков и конкретных отраслей. А высокая конкуренция будет способствовать повышению качества обслуживания клиентов, что в целом благоприятно скажется на развитии всей отрасли.

Российский экономический интернет-журнал

www.e-rej.ru

Научное электронное издание ориентировано на широкий круг читателей, интересующихся вопросами экономики, и адресуется ученым, преподавателям, аспирантам и студентам, работникам федеральных и региональных органов государственного управления и местного самоуправления, а также предпринимателям и менеджерам. Выходит с 2001 года.

Издание включено в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) — библиографическую базу данных научных публикаций российских ученых.

Доступ ко всем статьям журнала бесплатный

реклама

Венчурное финансирование как инструмент совершенствования финансовой деятельности банков

Кириллова А.,
к.э.н., ассистент кафедры финансового менеджмента и налогового консалтинга, Российский университет кооперации

Рубан Е.,
студентка экономического факультета, Российский университет кооперации

Сегодня во всех европейских странах и США сильно развита система венчурного финансирования. Однако в России данная система инвестирования развивается очень медленно. Прецеденты непосредственного участия российских банковских структур в кредитовании наукоемких проектов, к сожалению, единичны. В статье рассматривается венчурное финансирование как один из инструментов выхода из кризиса, распределения и увеличения прибыли банков и развития наукоемких проектов в РФ.

Ключевые слова: **венчурное финансирование, инвестиции, банки, банковская деятельность, венчурный фонд.**

Venture financing as an instrument of improve the financial performance of banks

Kirillova A.,
PhD, Assistant of the Department the financial management and Tax Consulting, Russian University of Cooperation

Ruban E.,
student of the Faculty of Economics, Russian University of Cooperation

Today, in all European countries and the United States is highly developed system of venture capital financing. However, in Russia the system of investing is developing very slowly. Precedents of direct participation in the Russian banking institutions lending to high-end projects, unfortunately, rare. The article deals with venture funding as one of the tools of recovery, distribution, and increase the profits of banks and development of high technology projects in Russia.

Keywords: **venture capital, investment banks, banking, venture capital fund.**

На начало 2012 г. на территории Российской Федерации официально зарегистрировано уже более 20 региональных венчурных фондов, находящихся на разной стадии функционирования.

В Москве в конце 2012 г. сформирован уже второй региональный венчурный фонд для финансирования в малые предприятия научно-технической сферы.

Во всех европейских странах с развитой системой венчурного инвестирования банки-инвесторы полностью или частично освобождаются от уплаты налога с суммы вклада при условии долгосрочного владения паями (т. е. от 3–5 лет). В России также существует аналогичный законопроект, но уже несколько лет он не рассматривается Государственной Думой.

Представляется весьма актуальным создание благоприятных условий для деятельности банков, которые наряду с фондами венчурного капитала принимают все более активное участие в поддержке инновационного процесса.

По мнению экспертов, венчурные фонды в условиях кризиса становятся единственным инструментом доведения денег до стартующих инновационных компаний, и поэтому интерес рынка, особенно крупных банков, к инновациям на примере начавшегося сотрудничества с Российской венчурной компанией проявляется в достаточно серьезной степени.

Взять хотя бы доходы в США от продажи лицензий на интеллектуальную собственность, которые составили 33 млрд долл. в 2007 г. и 54 млрд долл. в 2012 г. В России эти цифры были всего 136 млн и 227 млн долл. соответственно.

Можно с уверенностью сказать, что рынок российских наукоемких технологий недооценен. Исследования показали, что при благоприятном развитии высокотехнологичного рынка и при активной роли государства и банков его потенциальный объем в короткие сроки — примерно в течение десяти лет — может достичь 50 млрд долларов.

В этой связи, чтобы наладить нормальную работу венчурного финансирования и тем самым способствовать росту отдачи инновационного потенциала России, следует осуществить целый ряд мер. Прежде всего, необходимо сконцентрировать усилия банков на создании национальной инновационной системы и разработке эффективной стратегии венчурного инвестирования.

Хотя венчурное финансирование и специфический инструмент инвестирования, но в мировой практике он оперирует с традиционными источниками капитала, а именно: банковским, страховым, пенсионным, капиталом крупных производственных корпораций и частных лиц. Так, в США инвестиции банков составляют 25,8% в структуре инвесторов венчурных фондов, страховых компаний — 16,4, пенсионных фондов — 25, частных лиц — 4, государственных структур — 2,2%.

Инвестиционная политика российских банков в значительной мере предопределялась высокой инфляцией, нестабильностью курса обмена рубля и иностранной валюты и очень высокой доходностью государственных ценных бумаг.

В настоящее время банки оказались не подготовлены для долгосрочных инвестиций. Дорогие, краткосрочные, малорискованные займы, которые предлагаются российскими банками их клиентам и на которые российские предприниматели вынуждены соглашаться в сложившейся ситуации, не вдохновляют банки инвестировать в венчурные фонды.

Прецеденты непосредственного участия российских банковских структур в кредитовании наукоемких проектов, к сожалению, единичны. В таких проектах участвуют Внешэкономбанк, МДМ-банк, Московский банк реконструкции и развития и ряд других.

Однако что касается участия российских банков в венчурном инвестировании, то оно осуществляется в основном через дочерние предприятия, в том числе через фонды финансово-промышленных групп, холдингов и корпораций. Так, например, выше отмечалась роль финансового консорциума «Альфа-групп» в формировании венчурного фонда «Русские технологии», а также ВТБ в формировании венчурных фондов в рамках Российской венчурной компании. В создании венчурного фонда корпорации «Авиакосмическое оборудование» принимал участие банк «Таврический», а Инвестиционно-венчурного фонда Республики Татарстан — банк «Ак Барс». Венчурные подразделения есть в группах МДМ-банка и «НИКОЙЛ». Аналогичное подразделение «Система-венчур» было организовано в холдинге АФК «Система».

В 2007 г. приступил к работе Банк развития, созданный на базе Внешэкономбанка, Российского банка развития и Росэксимбанка. Его главная задача — финансирование инфраструктурных проектов, поддержка малого и среднего бизнеса (через рефинансирование кредитующих его банков), высокотехнологичных производств и российского экспорта. По замыслу создателей банка, он должен сыграть роль координатора всех новых финансовых институтов развития, в том числе Российской венчурной компании.

На сайте газеты «Известия» в мае 2012 года была опубликована статья, в которой Счетная палата РФ призывает правительство простимулировать банки выдавать займы на инновационные проекты. Большинство кредитных организаций заниматься этим не хочет — слишком высоки риски, поскольку экономический эффект по сути венчурного финансирования очень сложно просчитать.

Глава Счетной палаты Сергей Степашин направил письмо премьер-министру Дмитрию Медведеву об итогах проведения экспертно-аналитического мероприятия «Мониторинг деятельности кредитных организаций в сфере модернизации экономики и обеспечения реализации ключевых функций национальной инновационной системы».

Автор документа напомнил, что достойное место России в мировом сообществе может быть обеспечено путем перехода от сырьевой экономики к инновационной. При этом банковскому сектору в решении ключевых задач модернизации отводится одна из ведущих ролей.

В частности, кредитным организациям надлежит финансировать предприятия, занимающиеся инновационной

деятельностью, расширять спектр соответствующих продуктов и контролировать целевое использование средств. Также они должны привлекать в экономику инновационные ресурсы, в том числе с зарубежных рынков.

«Проблема, которую обрисовала Счетная палата, действительно есть. Доля малого и среднего бизнеса в портфелях российских банков не растет. То есть кредитные организации уже отобрали высокорентабельные компании, которые работают в сфере торговли и услуг. Дальше продвигаться банки боятся — комментирует главный экономист УК «Финам Менеджмент» Александр Осин. — А государство в первую очередь хочет, чтобы банки финансировали инновационный МСБ. Это низкодоходная деятельность, кредитовать которую рискованно — банкам придется формировать большие резервы, как-то крутиться».

Сергей Степашин в своем письме выделил банки, которые постепенно вводят кредитные продукты для предприятий, занимающихся инновациями. В их числе Сбербанк, ВТБ, Россельхозбанк, «Возрождение», Промсвязьбанк.

Для совершенствования работы банков предлагается один из видов финансирования, представляемого банками, — венчурное финансирование. Для реализации стратегии развития инвестиционного бизнеса банкам предлагается создать департамент по работе с системой венчурного инвестирования, который будет заниматься особо рисковыми (венчурными) инвестициями.

Фонды венчурных инвестиций — это фонды, которые инвестируют средства в реальный бизнес (как правило, наукоемкий). Они могут иметь также в составе имущества денежные средства, облигации и акции. При венчурном инвестировании высокий уровень риска, так как проект может «пойти» хорошо, может плохо, а может и вовсе прекратиться.

Однако столь высокий риск компенсируется потенциально неограниченной доходностью. Как правило, 70—80% проектов не приносят отдачи, но прибыль от оставшихся 20—30% окупает все убытки.

Венчурное финансирование — явление в нашей стране не очень распространенное, хотя венчурные фонды и инвестиционные компании, которые заняты таким финансированием, существуют на российском рынке достаточно давно и демонстрируют весьма успешные результаты. Большинство таких венчурных фондов создано с использованием средств Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР). В связи с появлением у нас венчурного финансирования в 1997 г. была образована Российская ассоциация прямого и венчурного финансирования, которая объединила 43 компании, в той или иной степени связанные с этим бизнесом.

В рамках развития компании может помогать осуществлять реструктуризацию компании, ее реорганизацию, укрепление, развитие новых направлений деятельности, расширение перечня предлагаемых продуктов.

Основная цель банка в данном случае будет — развить компанию и, продав свой пакет акций, получить прибыль за свои инвестиции. Обычно прибыль, которую ожидает получить банк, выше, чем предлагаемая в результате иных инвестиций на рынке. Однако усилия, которые банк осуществляет для развития компании, и его риски также выше.

Срок участия банка в компании обычно составляет 3—5 лет. После этого он выходит из компании. Выход может осуществляться несколькими путями, включая операции слияния и объединения, перепродажи, первичного размещения (IPO) и публичных торгов.

Расширение прямого финансового участия коммерческих банков в становлении российского венчурного финансирования является хорошим стимулом для развития малого и среднего бизнеса, для развития инноваций и интеллектуальной собственности в России сегодня. Такая форма банковского содействия на начальной стадии становления венчурной индустрии показала свою эффективность практически во всех странах.

Литература

1. Дэвид Глэдстоун, Лаура Глэдстоун. Инвестирование венчурного капитала. — М.: Баланс Бизнес Букс, 2006 г.

2. *Каширин А.И., Семенов А.С.* Инновационный бизнес. Венчурное и бизнес-ангельское инвестирование. — М.: Образовательные инновации, 2012 г.

3. Рогова Е.М., Ткаченко Е.А., Фияксель Э.А. Венчурный менеджмент: учебное пособие для вузов — Высшая школа экономики, 2011.

4. Официальный сайт kommersant.ru.

маркетинг и логистика

- **новости**
- **аналетические материалы, статьи**
- **законодательство, нормативные акты, комментарии**
- **маркетинговые исследования**

www.itkor.ru

Финансовые инвестиции: особенности определения их доходности

Ефимова И.,
аспирант, Белгородский университет кооперации, экономики и права

Как известно, важнейшее свойство капитала состоит в возможности приносить прибыль его владельцу. Долгосрочное вложение капитала, или инвестирование, — одна из форм использования такой возможности, и от того, насколько правильно и выгодно на начальном этапе будет определена доходность вложений в финансовые активы и инструменты, зависит конечный показатель самого дохода.

Ключевые слова: финансовые вложения, акции, облигации, деривативы, риск, доходность, методы оценки.

Financial investments: the peculiarities of determination of their yield

Efimova I.,
Post-graduate student, University of Belgorod cooperation, economics and law

As is known, the most important property of capital is the ability to bring profit to its owner. Long-term investment capital, or investment is one of the forms of the use of such a possibility and the extent to which is correct and beneficial at the initial stage will be determined by the yield of investments in financial assets and instruments depends on the final indicator of the income.

Keywords: investments, stocks, bonds, derivatives, risk, return, methods of assessment.

Практика свидетельствует о постоянной потребности компаний в выгодной капитализации финансовых ресурсов и реинвестировании прибыли.

Несмотря на финансовый кризис и нестабильность на фондовых биржах, инвесторы по-прежнему стремятся разместить финансовые ресурсы посредством покупки ценных бумаг. И если эффективность вложений в инвестиционные проекты можно просчитать, то поведение торгов, в случае размещения средств на бирже, и то, как будут вести себя ценные бумаги той или другой компании, абсолютно непредсказуемо.

С теоретической и практической точек зрения финансовые инвестиции представляют собой вложения средств в различные финансовые активы и инструменты.

В частности, под инструментами понимается вложение средств в ценные бумаги, в том числе государственные и корпоративные, в свою очередь финансовые вложения есть не что иное, как рефинансирование прибыли в активы коммерческих организаций, а также в банковские депозиты и сертификаты.

Следовательно, конкуренции у фондовых бирж и альтернатив биржевым ценным бумагам больше чем достаточно и закреплено на законодательном уровне. Так, например, Гражданским кодексом РФ (п. 1 ст. 142 ГК РФ) установлено, что ценная бумага — документ, удостоверяющий с соблюдением установленной формы и обязательных реквизитов имущественные права, осуществление или передача которых возможны только при его предъявлении. С передачей ценной бумаги переходят все удостоверяемые ею права в совокупности.

К ценным бумагам относятся: государственная облигация, облигация, вексель, чек, депозитный и сберегательный сертификаты, банковская сберегательная книжка на предъявителя, коносамент, акция, приватизационные

ценные бумаги и другие документы, которые законами о ценных бумагах или в установленном ими порядке отнесены к числу ценных бумаг (ст. 143 ГК РФ). Подробное определение каждого вида ценных бумаг дано Федеральным законом от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг».

В настоящее время к числу ценных бумаг относятся также:

- *простое и двойное складское свидетельство (ст. 912 ГК РФ),*
- *жилищный сертификат как особый вид облигаций (п. 2 Положения о выпуске и обращения жилищных сертификатов),*
- *закладная (п. 2 ст. 13 Федерального закона от 16.07.98 № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)»,*
- *инвестиционный пай (п.2 Указа Президента РФ от 26.06.95 №765),*
- *опционные свидетельства на акции и облигации (п.1 постановления ФКЦБ РФ от 09.01.1997 № 1) [1].*

Любого собственника средств, размещающего денежные средства в те или другие активы, в первую очередь интересует эффективность данных вложений. Финансовые инвестиции не являются исключением, где главной задачей экономического анализа выступает определение, выгодными будут вложения или нет.

С целью выработки критериев эффективности финансовых вложений в те или другие активы и инструменты рассмотрим некоторые их особенности. Как известно, эффективность финансовых инвестиций определяется их доходностью, в основе которой закладывается начальная стоимость покупки ценной бумаги и рыночная цена, сложившаяся в конце периода с добавлением всех выплат и доходов по ним за указанный период. То есть доходность ценной бумаги за определенный период может быть представлена в виде суммы двух составляющих, одна из которых обусловлена изменением рыночной цены (курса) данной ценной бумаги за этот период, а другая — выплатой доходов по этой бумаге.

Обращает на себя внимание тот факт, что определить доходность финансовых вложений в ценные бумаги, котирующиеся на бирже не профессиональному участнику весьма и весьма затруднительно, а при наличии риска неопределенности и опытному трейдеру трудно прогнозировать и предугадать ситуацию преимуществ размещения средств потенциальными инвесторами в те или другие ценные бумаги. Тем не менее главным критерием остается умение не только правильно определять ожидаемую доходность этих инструментов, но и выгодно, что потенциально влияет на выработку и обоснование эффективных управленческих решений.

Таким образом, можно утверждать, что даже дилетантам при анализе эффективности инвестиций в ценные бумаги необходимо больше внимания уделять показателям доходности, обусловленным изменением рыночной стоимости ценных бумаг. Кроме того, учитывая, что на фондовых биржах обращается большое количество различных ценных бумаг с различным уровнем доходности так же необходимо определять среднюю ее составляющую исходя из формулировки, называемой рыночными индексами.

Говоря об индексах, отметим, что в мире их насчитывается порядка 2500, смысл составления которых состоит в выработке показателя, который характеризует общее направление и скорость движения котировок, например, акций компаний той или иной отрасли.

Например, первый биржевой индекс, получивший широкое распространение и принятый участниками биржевых торгов как единообразный показатель, разработал основатель компании Dow Jones & Company Чарльз Доу в 1884 году. Индекс Dow Jones Transportation Average рассчитывался по котировкам 11 крупнейших на тот момент транспортных компаний США, которые в то время и были самыми крупными и с наибольшим оборотом акций на бирже [2].

В России ведущими биржами (РТС, ММВБ) до 2011 года для оценки доходности ценных бумаг применялись индексы на Московской межбанковской валютной бирже MICEX http://www.micex.ru/) и RTSI (индекс Российской товарно-сырьевой биржи http://www.rts.ru). Индекс ММВБ рассчитывался с сентября 1997 года. В него входили акции 30 крупнейших российских компаний — представителей основных отраслей российской экономики, торгующихся на этой бирже. Индекс RTSI рассчитывался с сентября 1995 года и представлял собой среднее взвешенное цен 50 российских компаний, представленных на фондовой бирже РТС.

В 2011 году произошло слияние ведущих российских бирж, в результате основным индексом нового семейства выступил индекс, включающий 50 наиболее капитализированных акций и российских депозитарных расписок. Данный индекс предполагалось рассчитывать в двух валютах (рублях и долларах), которые продолжат историю существующих индексов — Индекса ММВБ (рублевые значения) и Индекса РТС (долларовые значения).

Начиная с 18 декабря 2012 года базы расчета Индекса ММВБ и Индекса РТС стали совпадать. Единственным принципиальным различием в подходах к расчету индексов стала валютная составляющая, то есть расчет Индекса ММВБ производится на основании рублевых цен акций, а расчет Индекса РТС — на основании цен, выраженных в долларах.

Не менее интересным с точки зрения доходности является облигация, поскольку это более «предсказуемый» инструмент, так как в большинстве случаев по ним выплачивается фиксированный доход, что облегчает определение ожидаемой доходности. В самом общем случае владение облигацией может принести два вида дохода — текущий в виде ежегодных купонных выплат и капитализированный, возникающий в результате превышения выкупной стоимости над ценой приобретения инструмента. Облигации, приносящие оба этих дохода, называются купонными. По ним могут быть рассчитаны несколько показателей доходности. Одним из них является купонная доходность (ставка), определяемая отношением величины годового купона к номинальной (нарицательной) стоимости облигации.

Например, по облигации номиналом 5 тыс. рублей предполагается ежегодно выплачивать купонный доход

в сумме 1 тыс. рублей. В этом случае купонная ставка составит 20% годовых (1 / 5). Данный показатель очень далек от реальной доходности владения облигацией, так как, во-первых, он учитывает только один вид дохода (купонные выплаты), а во-вторых, в знаменателе формулы показываются не фактические начальные инвестиции (цена покупки), а номинал облигации, то есть сумма долга, подлежащая возврату. Купонная ставка объявляется в момент эмиссии облигаций и служит для определения абсолютной суммы купонных выплат в рублях. Например, в объявлении о размещении займа сообщается, что по облигации номиналом 10 тыс. рублей установлена купонная ставка 18%. Это означает, что ежегодно владельцу одной облигации будет выплачиваться купонный доход в сумме 1,8 тыс. рублей ($10 \times 0{,}18$).

Более приближенным к реальности является показатель текущей доходности, определяемый как отношение годовой купонной выплаты к цене покупки облигации.

Например, если тысячерублевая облигация с ежегодным купоном 20% была приобретена за 925 рублей, то ее текущая годовая доходность составит 21,62% (200 / 925). Отличие от купонной ставки заключается в более точном учете первоначальных инвестиций. Однако текущей доходности присущ другой недостаток предыдущего показателя — она не отражает капитализированной доходности. Поэтому она также не может использоваться для сравнения эффективности различных инвестиций.

Строго говоря, оба рассмотренных выше показателя обладают еще одним недостатком — они не учитывают влияния на доходность количества купонных выплат в течение года. Как правило, эти выплаты производятся 2 раза в год. Держатель облигации получает возможность реинвестирования суммы купона за первое полугодие. Поэтому выплата по 500 рублей за каждые 6 месяцев выгоднее ему, чем разовая выплата 1000 рублей в конце года. Казалось бы, данное отличие легко учесть, введя в расчеты параметр — число начислений процентов в году. На практике этого не делается — в числителях формул расчета текущей и купонной доходности отражается общая сумма купонных выплат за год. С одной стороны это позволяет избежать путаницы, а с другой — введение только одного дополнительного параметра не решает всей проблемы. На самом деле неоднократное в течение года перечисление дохода порождает качественно новую задачу: вместо единичной выплаты возникает денежный поток. Поэтому использовать для него формулы начисления процентов на разовые платежи в принципе неверно. Чрезмерное усложнение математического аппарата в данном случае также неоправданно, принимая во внимание приблизительный характер самих показателей.

Наиболее совершенным показателем, в значительной мере свободным от трех названных выше недостатков, является средняя доходность за весь ожидаемый период владения облигацией. Для ее расчета используется качественно иной подход: вычисляется значение доходности к погашению (YTM) по методике. Если быть более конкретным, то расчет YTM аналогичен расчету IRR. Подробная версия анализа эффективной доходности краткосрочного обязательства — YTM отражена в материалах И.Я. Лукасевича «Анализ операций с ценными бумагами» [3]. Потенциальному инвестору в дополнение к уже известным данным (купон, номинал, цена покупки облигации) необходимо определиться со сроком, в течение которого он намерен владеть инструментом. Если этот период совпадает со сроком самой облигации, то он может рассчитывать на получение в конце срока суммы, равной номиналу, иначе он должен спрогнозировать цену, по которой облигация может быть продана в конце срока владения. В любом случае проблема определения ожидаемой средней доходности облигации сведется для него к вычислению внутренней нормы доходности порождаемого ею денежного потока. Доход от прироста инвестиций будет отнесен к самой последней выплате в конце срока, то есть полученная величина будет отражать доходность к погашению.

Тем не менее Кулакова А.Н., автор статьи «Определение доходности инвестиционных инструментов, формирующих нетипичный денежный поток», а впоследствии и в автореферате [4—5] обосновывает, что при анализе эффективности вложений во многие инвестиционные инструменты фондового рынка (короткие продажи, опционы, фьючерсы, свопы) этот критерий практически не используется. Одна из причин в формировании денежными потоками этих инструментов «нетипичного» проекта (проекты, начинающиеся и заканчивающиеся оттоками, проекты, начинающиеся и заканчивающиеся притоками, проекты с чередующимися притоками и оттоками), для которого IRR не всегда определена, а зачастую не является доходностью, автором в качестве критерия определения доходности инвестиционных инструментов с нетипичными денежными потоками[1] использовать общую норму дохода GRR.

То есть многие финансовые операции с ценными бумагами и деривативами, такие как короткие продажи, сделки с опционами, фьючерсами и свопами, формируют так называемый нетипичный (знакопеременный) денежный поток. В качестве меры доходности в подобных случаях некорректно использовать внутреннюю норму дохода IRR. Поэтому вместо относительной меры доходности используют абсолютный показатель прибыли и убытка, выраженный в деньгах. Несмотря на то, что концепция доходность / риск является основополагающей при формировании оптимального портфеля ценных бумаг[2], проблему определения доходности для сложных операций, то есть операций, составленных из простых разной длительности, и включающих больше, чем два знакопеременных денежных

[1] К «нетипичным» относятся проекты с затратной ликвидационной фазой. Например, инвестиции в добывающие предприятия (угольные, рудные, нефтегазовые), требующие после завершения доходной производственной фазы существенных затрат на ликвидацию производств и рекультивацию земельных участков; инвестиции в объекты атомной и химической промышленности, для которых также после эксплуатации необходимы средства на демонтаж и санацию территории. Строительные проекты с «долевым участием», часто имеющие промежуточные доходы и завершающиеся затратами на уплату налогов и благоустройство территории. Проекты, характеризующиеся первоначальным поступлением денежных средств и последующими чередующимися оттоками и притоками денежных средств. Такие как: проекты с предоплатой денежных средств, авансовыми платежами, получением кредита, операции на фондовом рынке, проекты в сфере страхового бизнеса и деятельности фондов.

[2] Решение проблемы определения доходности для простых операций, равной длительности и их комбинаций в случае только двух знакопеременных потоков было предложено Босом и Уолкером

потока, автор предлагает использовать так называемую общую норму дохода, базирующуюся на теории дисконтированных денежных потоков DCF. Предложенный метод снимает ограничения с использования теории DCF при анализе таких операций фондового рынка, как короткие продажи и операции с деривативами, в том случае, когда не работают традиционные методы оценки.

Метод дисконтированных денежных потоков направлен на то, чтобы провести абсолютную оценку стоимости актива путем расчета его стоимости в зависимости от ожидаемых доходов за будущие периоды, приведенных к текущему периоду. То есть необходимо определить будущую стоимость компании (а потом на основе этого рассчитать и стоимость акций), чтобы понять, какова ее инвестиционная привлекательность в настоящее время [6].

Математически это будет выражено в формуле дисконтирования, основанной на применении сложного процента. В общем виде она выглядит так:

Стоимость денег сегодня = Деньги в будущем / (1 + Ставка процента)n

Таким образом, на основании вышеизложенного необходимо отметить, что для достижения своей основной цели — максимизации благосостояния собственников — компаниям необходимо постоянно обеспечивать вложение имеющихся капиталов в активы и инструменты, приносящие наибольший доход. В самом общем виде доход может быть определен как прирост благосостояния (богатства) собственников за определенный период времени.

Тем не менее если критерии оценки вложений в инвестиционные проекты выработаны, то ряд вопросов по определению доходности финансовых инструментов и активов остатtся дискуссионным.

Развитие российской экономики напрямую связано с активизацией инвестиционной деятельности предприятий на финансовом рынке. Однако деятельность на финансовом рынке всегда сопряжена с определенными рисками. Инвесторам, приобретающим ценные бумаги, приходится принимать решения в условиях неопределенности, когда невозможно точно предсказать будущий результат, вследствие чего любому решению присущи определенные риски.

Высокая изменчивость фондового рынка и во многом хаотический характер процессов формирования рыночных цен затрудня.т определение доходности, которую получит инвестор, остается возможным рассчитать ожидаемую доходность. Однако, согласно исследованиям, проведенным в данной области, где ожидаемая доходность финансовых активов определяется на основе теории полезности, это связано с определенными трудностями и требует дальнейших исследований.

Литература

1. *Фомичева Л.П.* Бухгалтерский учет финансовых вложений в соответствии с новым Планом счетов// электронный ресурс сети Интернет: режим доступа http://www.audit-it.ru.

2. Что означают биржевые индексы? // электронный ресурс сети Интернет: режим доступа http://denga.ru/articles/101/4762.

3. Лукасевич В.Я. Анализ операций с ценными бумагами // Интернет-портал «Корпоративный менеджмент» // режим доступа http://www.cfin.ru/finanalysis/inexcel/3-2.shtml.

4. *Кулакова А.Н.* Определение доходности инвестиционных инструментов, формирующих нетипичный денежный поток // Аудит и финансовый анали.з 2011. № 1.

5. Кулакова А.Н. Оценка эффективности инвестиционных проектов со знакопеременными денежными потоками// автореф. на дисс... канд. юрид. наук., НИУ «Высшая школа экономики» М., 2011.

6. *Кинякин А.* DCF — Метод дисконтированных денежных потоков // электронный ресурс сети Интернет: режим доступа http://bcinvest.ru/articles/11/.

АКАДЕМИЯ МБА

АНО «Академия менеджмента и бизнес-администрирования»
www.a-mba.ru

Финансовая Жизнь
Возрождение издания 1914 года

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

Подписка на II полугодие 2013 года

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

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

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

реклама

Мониторинг финансовой устойчивости как мера антикризисного управления

Мельцас Е.,
руководитель отдела, Институт ИТКОР

Вопросы мониторинга финансовой устойчивости в условиях финансового кризиса выходят на одно из первых мест в области управления финансами организаций.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, антикризисное управление, финансовый менеджмент, мониторинг.

Monitoring of financial stability as a measure of crisis management

Meltsas E.,
head of Division, Institute ITKOR

The monitoring of financial stability in the financial crisis come to one of the first places in the area of financial management organizations.

Keywords: financial stability, crisis management, financial management, monitoring.

Финансовый менеджмент как управленческая система охватывает финансовую сферу деятельности и определяется в виде совокупности мероприятий по созданию, перераспределению, прогнозированию и контролю за функционирующими в данной системе финансовыми отношениями, а также методами применения финансовых резервов.

Из этого следует, что процесс управления включает четыре последовательных стадии, при помощи которых реализуется поставленная цель:

- *во-первых, планирование,*
- *во-вторых, мотивация,*
- *в-третьих, организация,*
- *в-четвертых, контроль, осуществляемый посредством проведения анализа.*

Сопоставление понятия «мониторинг финансово-хозяйственной деятельности» и этапов, присущих управленческому процессу, указывает на время проведения мониторинга, а именно в пределах четвертого этапа управленческого процесса.

В современном мире понятие «мониторинг финансово-хозяйственной деятельности» означает определенную область управленческого процесса, включающую методы проведения мероприятий по контролю ситуации,

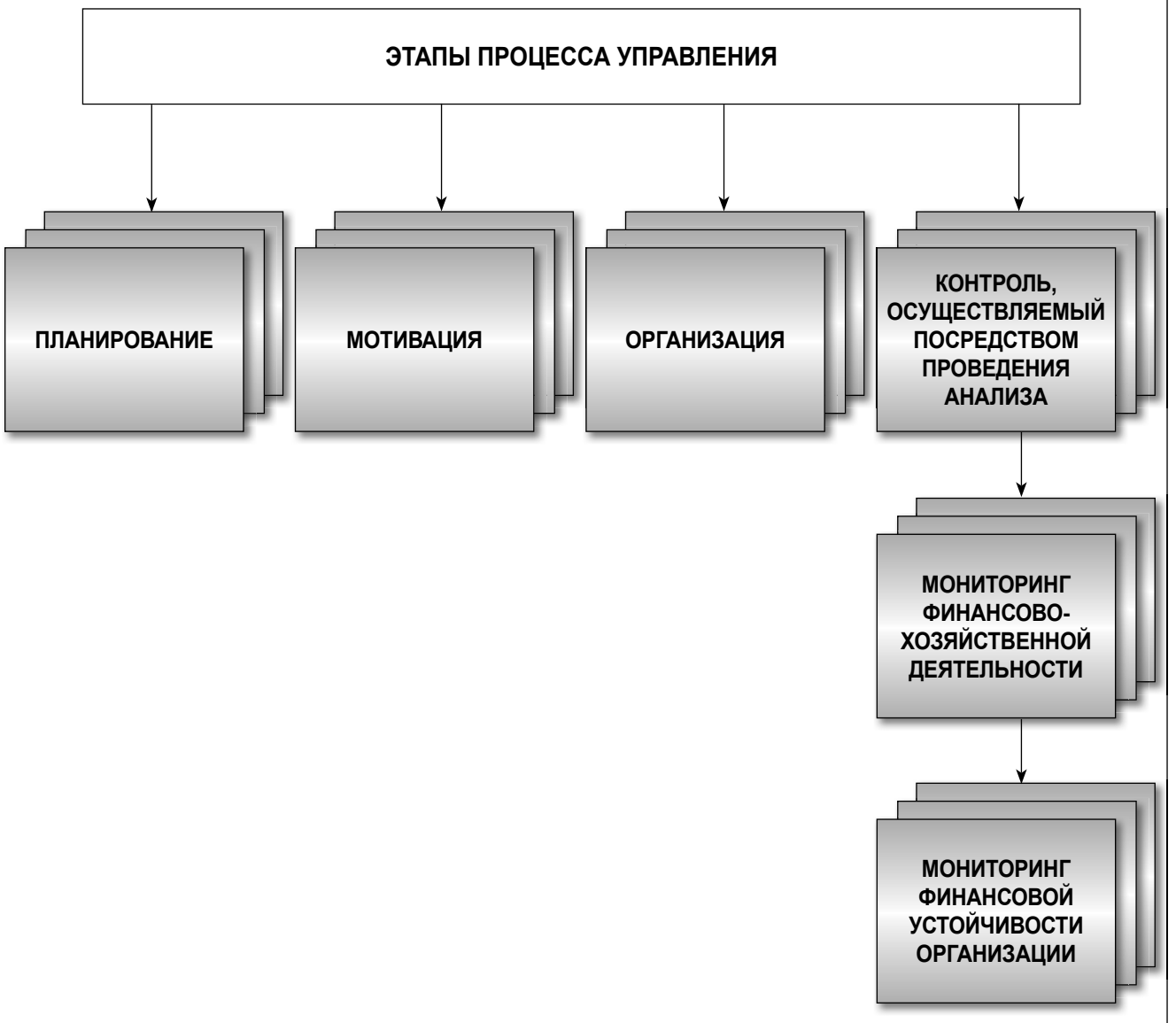


Рис. 1. Место мониторинга финансовой устойчивости организации в системе управления

сложившейся за анализируемый период времени, а также методы выявления причин расхождения между показателями существующего положения и нормативами. Как известно, на любом заключительном этапе определяется эффективность и результативность проведения всех мероприятий, проводимых на предшествующих стадиях, что,безусловно, относится и к процессу управления.

Ключевыми этапами комплексной системы мониторинга финансово-хозяйственной деятельности экономического субъекта являются:

- *во-первых, определение итоговых величин, полученных в результате финансово-хозяйственной деятельности организации;*
- *во-вторых, проведение непрерывных контроллинговых мероприятий, направленных на выявление отрицательных тенденций;*
- *в-третьих, поиск и привлечение ресурсов для нормализации и усиления финансовых позиций организации в будущем путем обнаружения скрытых ресурсов, не используемых для улучшения результатов деятельности;*
- *в-четвертых, на основании предыдущих этапов проведения системы финансового мониторинга формирование аналитической информации, предназначенной для планирования и построения прогнозов будущей финансово-хозяйственной деятельности организации.*

С финансово-экономической точки зрения под мониторингом понимается совокупность применяемых методов, направленных на проведение анализа, оценку финансового состояния организации. Мониторинг финансовой устойчивости организации может быть проведен на различных стадиях управления для принятия ключевых управленческих решений.

При этом важным моментом эффективности системы финансового мониторинга является систематичность его проведения. Мониторинг как элемент, присущий системе управления, осуществляется посредством проведения

непрерывных контроллинговых мероприятий за показателями финансового состояния, которые должны соответствовать определенным границам.

Первоначально с экономической точки зрения понятие «мониторинг» подразумевало наблюдение за проведением финансово-экономической деятельности. Со временем область его применения стала расширяться и включать наряду с указанным методом научного исследования оценку, анализ, операции планирования и прогнозирования финансового состояния исследуемых объектов, а также выявление на основе полученных данных траектории развития выявленных направлений. Таким образом, дальнейшее развитие термина «мониторинг» позволило значительно расширить сферу его применения, что стало выступать в качестве предпосылки совершенствования экономических объектов.

Мониторинг всей финансово-хозяйственной деятельности организации представляет собой эффективный инструмент, посредством которого определяются наиболее эффективные методы, позволяющие принять решения руководителю независимо от уровня управления. Из этого следует, что основной целью построения системы финансового мониторинга являются получение и предоставление информационных данных для оперативного принятия управленческих решений.

Беклимишев А.В. характеризует систему финансового мониторинга как «разработанный на предприятии механизм постоянного, регулярного наблюдения за контролируемыми показателями финансового состояния предприятия, определения размеров разного рода отклонений фактических результатов от предусмотренных, выявления причин этих отклонений и разработки возможных сценариев управленческих решений»[1].

«Система финансового мониторинга является инструментом координации деятельности предприятия. Основными функциями финансового мониторинга являются:

- *наблюдение за финансовым состоянием предприятия посредством установленных системой показателей и/или нормативов;*
- *определение степени отклонения фактически полученных данных о финансовой деятельности предприятия от предусмотренных;*
- *диагностирование слабых мест в управлении предприятием по полученным отклонениям и серьезных ухудшений в его финансовом состоянии и финансовом развитии;*
- *инициирование оперативных, своевременных управленческих решений по нормализации финансовой деятельности предприятия в соответствии с поставленными стратегическими целями и выработанными показателями;*
- *регулярная текущая корректировка, в случае ее необходимости, целей и показателей финансового развития предприятия, включая стратегические»*[2].

«Общее представление о содержании процесса антикризисного управления предприятием дается в работе И.А. Бланка, в которой указываются его следующие основные этапы:

- *осуществление постоянного мониторинга финансового состояния предприятия с целью раннего обнаружения симптомов финансового кризиса;*
- *разработка системы профилактических мероприятий по предотвращению финансового кризиса при диагностировании предкризисного финансового состояния предприятия;*
- *идентификация параметров финансового кризиса при диагностировании его наступления;*
- *исследование факторов, обусловивших возникновение кризиса;*
- *оценка потенциальных возможностей предприятия по преодолению кризиса;*
- *выбор направлений работы (способов, механизмов) стабилизации предприятия, адекватных масштабам его кризисного состояния;*
- *разработка и реализация комплексной программы вывода предприятия из финансового кризиса;*
- *контроль реализации программы вывода предприятия из финансового кризиса;*
- *разработка и реализация мероприятий по устранению предприятием негативных последствий кризиса»*[3].

Из вышесказанного следует, что процесс проведения регулярного мониторинга финансового состояния относится к первой стадии антикризисного управления организацией, без которого невозможно осуществление остальных этапов, присущих системе антикризисного управления, что, в свою очередь, подтверждает важность проведения мониторинга.

«Поэтому первым шагом антикризисного управления является обнаружение ранних признаков наступающего кризиса и идентификация финансовых состояний предприятия: нормальное, предкризисное, кризисное и несостоятельное (судебные процедуры банкротства)»[4].

Мониторинг финансовой устойчивости представляет собой комплекс последовательных мероприятий организации, предназначенный не только для выявления финансового положения организации в будущем, но и предотвращения возникновения отрицательных тенденций.

Таким образом, мониторинг финансовой устойчивости включает три стадии:

Анализ, осуществляемый посредством действующей методики определения коэффициента финансовой устойчивости.

Однако сам по себе расчет финансовой устойчивости не несет смысловой нагрузки, поскольку наиболее важным является формулировка выводов на его основе и нахождение пороговых пределов, выход за рамки

[1] *Беклимишев А.В.* Создание системы финансового мониторинга / А.В. Беклимишев // Бухучет в строительных организациях. — 2010. — № 5. С. 50.

[2] *Беклимишев А.В.* Создание системы финансового мониторинга / А.В. Беклимишев // Бухучет в строительных организациях. — 2010. — № 5. С. 51.

[3] *Винслав Ю.Б.* Антикризисное управление предприятием: к разработке модели превентивного механизма идентификации финансовых состояний / Ю.Б. Винслав, О.В. Вишневская // Бухучет в строительных организациях. — 2010. — № 6. С. 23

[4] *Винслав Ю.Б.* Антикризисное управление предприятием: к разработке модели превентивного механизма идентификации финансовых состояний / Ю.Б. Винслав, О.В. Вишневская // Бухучет в строительных организациях. — 2010. — № 6. С. 23

которых будет носить неблагоприятный оттенок для деятельности организации.

Данный вопрос является особенно значимым по двум следующим моментам:

● *во-первых, слабый уровень финансовой устойчивости сигнализирует о том, что экономический субъект не имеет необходимых резервов для развития или даже будет являться индикатором, указывающим на то, что финансовое состояние организации находится на стадии критического уровня;*

● *во-вторых, чрезмерно высокий уровень финансовой устойчивости будет затруднять рост и расширение деятельности экономического субъекта, обременяя его бесполезными ресурсами.*

На втором этапе производится идентификация финансового положения организации путем соотнесения полученных результатов с идентификаторами, то есть нормативными показателями, и исчисляется посредством сопоставления цифровых данных анализируемой организации с соответствующими количественными индикаторами, уровень концентрации собственных и заемных средств, достаточность покрытия обязательств организации активами различной ликвидности.

Здесь необходимо пояснить главные задачи идентификации, которыми являются: распознавание образов, образование аналогий, обобщений и их классификация, анализ знаковых систем и др. Идентификация устанавливает соответствие распознаваемого предмета своему образу — предмету, называемому идентификатором. Идентификаторы, как правило, являются знаками взаимосоответствующих предметов; идентичные предметы считают равнозначными, то есть имеющими одинаковый смысл и значение»[5].

Диагностика финансово-хозяйственной деятельности организации — обнаружение профилактических мероприятий, которая включает три элемента:

● *«изучение базовых показателей хозяйственной деятельности предприятия как производственно-экономической системы;*

● *всесторонний анализ влияния внутренних и внешних факторов на его технико-экономическое состояние;*

● *разработка мероприятий по улучшению результатов основной деятельности, экономическая оценка их эффективности»[6].*

Мониторинг финансовой устойчивости организации является частью комплексной системы мониторинга финансово-хозяйственной деятельности фирмы и в классическом анализе осуществляется посредством анализа и оценки абсолютных и относительных коэффициентов финансовой устойчивости. В комплексную систему мониторинга финансово-хозяйственной деятельности организации входят наряду с анализом финансовых коэффициентов анализ коэффициентов ликвидности и платежеспособности, рентабельности деятельности организации и деловой активности или оборачиваемости.

Проведение комплексного анализа мониторинга финансовой устойчивости организации значительно расширяет диапазон существующих классических методов оценки и анализа финансовой устойчивости, так как позволяет не только определить, в каком финансовом положении находится анализируемая организация, но и выявить возможные направления по улучшению существующей ситуации.

Результаты, полученные в ходе мониторинга финансовой устойчивости экономического субъекта, выступают ответом сразу на несколько вопросов, а именно:

● *во-первых, является ли исследуемая организация самостоятельным образованием, то есть финансово автономным от других субъектов предпринимательской деятельности?*

● *во-вторых, как изменяется степень самостоятельности экономического субъекта?*

● *в-третьих, грамотно ли осуществлялось распределение финансовых средств за текущий временной интервал?*

Вопросы мониторинга финансовой устойчивости в условиях финансового кризиса выходят на одно из первых мест в области управления финансами организаций. Так как финансовая устойчивость выступает отражением экономического потенциала, измеряемого наличием финансовых ресурсов организации, что определяет способность компании к дальнейшей его деятельности в долгосрочном периоде, то от качества и результатов проведения мониторинга финансовой устойчивости зависит способность развития организации в будущих временных периодах.

Литература

1. *Адамов Н.А.* Финансовый менеджмент: учебное пособие. 2-изд., перераб. и доп./ под общей редакцией Н.А. Адамова. — М.: ЗАО ИД «Экономическая газета», 2012. — 518 с.

2. *Беклимишев А.В.* Создание системы финансового мониторинга / А.В. Беклимишев // Бухучет в строительных организациях. — 2010. — № 5.

3. *Винслав Ю.Б.* Антикризисное управление предприятием: к разработке модели превентивного механизма идентификации финансовых состояний / Ю.Б. Винслав, О.В. Вишневская // Бухучет в строительных организациях. — 2010. — № 6.

4. *Зиновьев А.А.* Основы логической теории научных знаний. М., 1967; Бонгард М. М. Проблемы узнавания. М., 1967.

5. *Мизюн В.* Аудит и финансовый анализ / В. Мизюн, А. Султанов // Диагностика предприятия как инструмент принятия решений. — 2010. — № 1. — Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/finance/cost/intel_diagn.shtml.

6. *Адамов Н.А., Мельцас Е.О.* Финансовое управление бизнес-процессами при угрозе банкротства (Монография) — М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2012. — 100 с.

[5] *Зиновьев А.А.* Основы логической теории научных знаний, М., 1967; Бонгард М.М.. Проблемы узнавания. М., 1967. — Режим доступа: http://slovari.yandex.ru.

[6] *Мизюн В.* Аудит и финансовый анализ / В. Мизюн, А. Султанов // Диагностика предприятия как инструмент принятия решений. — 2010. — № 1. — Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/finance/cost/intel_diagn.shtml.

Управление финансами корпорации

Овсепян О.,
студент, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Автором статьи рассмотрены особенности управления финансами корпораций.

Ключевые слова: **финансы корпораций, корпоративные финансы, управление финансами.**

Corporate finance

Ovsepyan O.,
student, Financial University under the Government of the Russian Federation

The author of the article describes the features of financial management of corporations.

Keywords: **corporate finance, corporate finance, financial management.**

Большинство задач управления корпоративными финансами требуют больших затрат времени и ресурсов, а также подвержены ошибкам. Еще больше беспокойства вызывает и то, что предположения, на которых основаны решения в области управления финансами, по завершении процесса их выработки, вероятнее всего, изменятся. Кроме того, этот процесс оказывается недостаточно гибким, чтобы адаптироваться к происходящим обновлениям и изменениям.

Поэтому аналитические предложения для управления финансами компании, а также стремление компаний улучшить эти процессы могут принести значительную пользу[3].

Рассмотрим особенности управления финансами корпораций. Приоритетными направлениями деятельности общества являются следующие:

- *производство овощных и фруктовых соков,*
- *реализация продуктов питания, соков и напитков;*
- *торговля, торгово-закупочная деятельность;*
- *транспортно-экспедиционное обслуживание;*
- *и другие.*

Следует обозначить наиболее остро стоящие проблемы в компаниях и предложить оптимальные решения для них. В первую очередь нужно осуществить модернизацию всего производственного процесса в целом, за счет обновления машин и оборудования, внедрения наиболее усовершенствованной техники, тем самым уменьшить показатели морального и физического износа. Следует также увеличить складские помещения, так как коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами. Необходимо провести комплексный мониторинг, исследование и выявление новых экономических зон для продажи данной продукции, ими могут являться экономические зоны, где уровень младенцев и жителей возраста от 20—50 лет преимущественен.

Компании в основном имеют опыт выхода за границы РФ в плане экспортера. Чтобы достичь более значимых результатов, а именно выхода на европейский уровень и даже мировой, на мой взгляд, нужно улучшить качество продукции. Меньше использовать сухое молоко, которое не является полезным для потребителей. Ведь, чтобы выжить в условиях мирового рынка, нужно соответствовать его жесткой конкуренции, при которой нужно иметь и качество, соответствующее наивысшим стандартам, и цены должны быть не «астрономическими». В условиях современного маркетинга нужно упомянуть о том, что некоторые товары имеют несовременную упаковку чисто внешне.

Многие маркетологи утверждают, что дизайн упаковки продукции и логотип — это 50% успеха. Самый распространенный и действенный способ увеличить результативность и эффективность компаний в кратчайшие сроки — это снижение издержек на производство, которое напрямую влияет на чистую прибыль. Ведь именно от этого показателя зависит рентабельность продаж, производства и других немаловажных показателей [4].

Несмотря на интеграцию в мировой рынок, не нужно забывать о развития и расширении бренда компаний в России. Помимо европейской части России нужно стараться продвигать активно товар и на Урал, и на Дальний

Восток. Как говорится в Финансовом анализе компании «Вимм-Билль-Данн», в котором отражаются финансовые особенности и состояние Общества на данный момент, экономическое благополучие компании очень подвержено влиянию извне.

Это могут быть как нормативно-правовые изменения в законодательстве, как экономические удары мирового масштаба, так и появление все более сильных конкурентов на рынке. На мой взгляд, чтобы предотвратить колоссальные потери в связи с указанными факторами, компания должна грамотно и вовремя принимать решения в связи как с кадровыми перестановками, как с переквалификацией рабочего персонала, так и с вопросами о финансовой помощи. Это может быть кредиторская задолженность, если Общество, конечно, будет в состоянии потом покрыть все затраты на погашение только возникшей задолженности [1].

Итак, подводя итоги, можно определить, что управление финансами корпораций имеют свою уникальную специфику. Однозначно, к ней относится структурное изменение всех показателей в процентном соотношении, что упрощает идентификацию финансового состояния компании. Ведь именно долевое (процентное) определение показателей наиболее полно отражает ситуацию на сегодня [2].

Для руководителя компании это сложный и кропотливый труд распознать наиболее эффективные, перспективные, а именно выгодные направления для расположения финансовых сил компании. За счет грамотного мониторинга, комплексного анализа и сканирования экономического, а вместе с тем и финансового благополучия компании глава корпорации может предпринять разумные и четкие меры по предотвращению кризисов, вставших на их производственном пути, и вовремя среагировать на негативные отклонения в показателях, которые, в свою очередь, являются проекцией эффективности и результативности данной деятельности.

Литература

1. Финансы предприятий/Учебник под ред. Шуляк П.Н. М.: ИТК Дашков и К, 2011 г.

2. Финансы/Учебник под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевского. М.: ЮРАЙТ, 2011 г.

3. Управление финансами компаний и финансовыми институтами/доцент Балдина О.С.

4. http://balans.ru — Подробная информация об отчетности и финансовом анализе.

5. http://www.wbd.ru/ Официальный сайт компании «Вимм-Билль-Данн».

VŠEM
Vysoká škola ekonomie a managementua

ИТКОР
Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка

Программа повышения квалификации

«МЕНЕДЖМЕНТ. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ ЕВРОСОЮЗА: ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА И РАЗВИТИЯ»

(Прага. Чешская Республика. На русском языке)

Занятия проводят специалисты Пражской высшей школы экономики и менеджмента

Поездка состоится в июне 2013 г.

Контактная информация:
8(499) 152-8698, 152-7233 haritonova-tm@yandex.ru solovyeva@itkor.ru

реклама

Москва — международный финансовый центр. Мифы и реальность

Николаева Ю.,
соискатель кафедры финансов и экономического анализа, Финансово-технологическая академия

В 2008 году в разгар мирового финансового кризиса в Москве было принято решение о создании Международного финансового центра. Процесс контролирует Президент РФ Владимир Путин и Кабинет министров. Планируется, что создание МФЦ изменит экономический статус Москвы и всей России в целом, повысит конкурентоспособность и финансовую привлекательность для иностранных партнеров и инвесторов. В статье рассмотрены мероприятия, которые уже проведены в рамках проекта, их положительные и отрицательные аспекты, приведены различные мнения экономистов.

Ключевые слова: Международный финансовый центр, инвестиции, банковский сектор, концепция, кризис.

Moscow — the international financial center. Myths and reality

Nikolaeva Y.
competitor of a scientific degree chairs of Finance and economic analysis, Financial and technological academy

In 2008 in the middle of world financial crisis in Moscow the decision on creation of the International financial center was made. Process is supervised by President Vladimir Putin and the cabinet. It is planned that creation of MFTs will change the economic status of Moscow and all Russia as a whole, will increase competitiveness and financial appeal to foreign partners and investors. In article actions which are carried already out within the project, their positive and negative aspects are considered, various opinions of economists are given.

Keywords: international financial center, investments, banking sector, concept, crisis.

В 2008 году в мировом экономическом сообществе наступил глобальный кризис финансового, в частности, банковского сектора экономики. Прошло более четырех лет, но экономика России и стран ЕС еще не в полной мере оправилась от последствий прошедшего кризиса. Причинами кризиса российские экономисты сегодня называют отсутствие конкуренции в финансовом секторе экономики и на рынке банковских и финансовых услуг, а также необходимость в диверсификации российского экономического сектора.

После завершения острой фазы кризиса в России началось создание Международного финансового центра (МФЦ). Международный финансовый центр в Москве — это сосредоточение российской финансовой системы, способствующее процессу взаимодействия финансовых организаций и инвесторов и обеспечивающее привлечение каптала [5].

Проект МФЦ контролирует и возглавляет Президент РФ Владимир Путин, в него входят представители Администрации Президента РФ, а также лица, известные

в деловых финансовых кругах: Шувалов И.И., Греф Г.О., Ронер У., Волошин А.В. [6]

Целью деятельности МФЦ его участники считают повышение финансовой привлекательности и конкурентоспособности российского рынка для российских и иностранных партнеров, а также потенциальных инвесторов.

Установлены критерии функционирования МФЦ. Основные из них:

● Международный финансовый центр должен обеспечить развитие и повышение уровня национального финансового рынка в масштабах российской экономики. Обеспечение первого критерия будет достигнуто при соблюдении следующих условий: иностранные и российские эмитенты и инвесторы при выборе партнеров отдадут предпочтение российским посредникам; объем и виды сбережений российского населения приблизятся по своему количественному составу к структуре сбережений населения развитых стран; в России будет создан постоянный источник внутреннего капитала, рассчитанный на долгосрочную перспективу; Россия станет самостоятельным источником пополнения финансового капитала внутри страны и за рубежом.

● Необходимо, чтобы уровень МФЦ в России был конкурентоспособным в сравнении с действующими на международном рынке. Сегодня услуги в любой сфере имеют трансграничный характер, поэтому существует множество возможностей как у потенциальных заемщиков, так и у инвесторов. Это и стало основой организации МФЦ для некоторых стран, сравнительно недавно получивших этот статус *(примером таких стран могут стать Дубай, Гонконг, Сингапур. — Авт.)*.

Финансовые центры, характеризуются сравнительно небольшим объемом национальной экономики, они в своей основной массе предоставляют финансовые услуги посреднического характера. Как раз в таких финансовых центрах наиболее благоприятны условия для развития посредничества.

Предпосылки
создания и развития МФЦ

На сегодняшний день приоритетной задачей, стоящей перед финансовой системой России, является обеспечение развития конкурентоспособной, инновационной финансовой инфраструктуры.

Финансовый рынок России даже сегодня нельзя назвать достаточно развитым. Российский финансовый, в частности банковский, сектор экономики отстает по некоторым параметрам от развитых мировых финансовых рынков, имеет недостаточную емкость и низкую привлекательность для инвесторов. Приоритетным направлением развития финансового и банковского рынка России является организация такой системы взаимодействия ее участников, при которой станет возможным привлечение иностранного капитала, инвесторов, интегрирование на международные финансовые рынки. Также перед МФЦ стоит задача по размещению капитала на мировых фондовых рынках с более высокой эффективностью, чем этот процесс осуществляют представители национального фондового рынка.

Несмотря на существующее мнение среди экономистов, что кризисная ситуация в России находится в стадии рецессии, финансовый сектор российской экономики сегодня наиболее динамичная из отраслей. Положительным аспектом развития является возросший спрос на услуги финансового характера, что способствует повышению эффективности в привлечении инвестиций и дальнейшему экономическому росту.

В России уже давно сложилась ситуация, обуславливающая необходимость качественной перестройки всей финансовой системы. Некоторые российские экономисты считают, что одним из вариантов изменения ситуации в отрасли станет создание МФЦ.

Выделяют следующие предпосылки создания МФЦ в Москве:

● российская экономика, если сравнивать ее с экономиками других стран, имеет большой удельный вес и объем, потенциал в динамике развития, ее особенности позволяют оказывать и развивать трансграничные услуги. Аналогичные преимущества имеют МФЦ Нью-Йорка, Лондона, Шанхая;

● если рассматривать человеческий капитал, то в России уровень образования в таких значимых для экономики отраслях, как математика, физика, IT, достаточно высок. Специалисты их названных областей науки имеют возможность использовать свои навыки для развития финансового сектора.

За границей работает достаточное количество российских ученых и специалистов в финансовой отрасли экономики — они могли бы стать мощным каналом для установления партнерских взаимоотношений с российскими коллегами в целях передачи опыта компаниям в России.

● Москва имеет удобное географическое положение — находится между Европой и Азией, что привлекательно при проведении сделок на биржах в течение торгового дня, исключением из-за разницы во времени будет только Америка.

● в России успешно функционируют две крупнейшие биржи: ММВБ и РТС, проводятся торги акциями, облигациями, валютными фьючерсами, опционами и т. п. Уровень развития финансовой индустрии Москвы выше, чем например, в Шанхае.

● соседние государства (страны СНГ. — Авт.) имеют схожую культуру и язык, что способствует ликвидации барьеров. Москва может в короткие сроки стать торговой площадкой для размещения акций и облигаций партнеров из соседних государств, а распространенный русский язык будет содействовать выходу на их финансовые рынки.

Сложившаяся ситуация на российском экономическом рынке позволяет обозначить основные препятствия для создания МФЦ в Москве. Основными являются: недостаточная гибкость российского законодательства; государственное регулирование, разделенное на сегменты и тормозящее тем самым принятие решений; неразвитость национальной финансовой системы (в частности платежной. — Авт.); малая степень интегрированности в глобальные мировые рынки.

История развития МФЦ Москве

17 ноября 2008 года в Правительстве РФ Распоряжением от 17 ноября 2008 г. № 1662-р была утверждена «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». Именно в данной концепции впервые на государственном уровне было заявлено о необходимости создания в Москве МФЦ с целью развития финансовой отрасли в международном масштабе. Создание и развитие МФЦ в Москве должно стать основной составляющей перехода России на новый инновационный этап в развитии экономики с ориентацией на социальную составляющую [1].

19 мая 2009 года правительство Москвы, в свою очередь, приняло Постановление № 445-ПП «О концепции развития города Москвы как национального и международного центра финансовых услуг». В принятом документе были поставлены задачи по организации в Москве финансового центра, связывающего Европу и Азию и способствующего дальнейшему развитию экономики России в целом, а также финансового рынка и рынка капитала в частности. В Концепции определены необходимые приоритеты в развитии городской инфраструктуры — ее транспортной и экологической составляющих, а также сети московских гостиниц [2].

План и перечень мероприятий, необходимых для создания МФЦ, утвержден Распоряжением Правительства Российской Федерации от 11 июля 2009 г. № 911-р [3].

В феврале 2010 года Правительством РФ была обсуждена концепция по созданию МФЦ Москва. Процесс создания Центра разделен на два этапа. Первый предполагает в срок до 2010 года изменить региональную структуру российского фондового рынка путем его дальнейшей интеграции в регионы из центра; к 2012 году наряду с лидерской позицией в странах СНГ планируется занять конкурентоспособную позицию среди существующих международных финансовых центров в мире.

В контексте Концепции сказано, что к 2012 году одна из крупных российских бирж должна войти в топ мировых лидеров по объемам торговых оборотов, размещению ценных бумаг, а также что доля международных акций в биржевом обороте должна составлять не менее 10%.

В апреле 2010 года на совещании по созданию МФЦ в Москве была создана рабочая группа, возглавил которую экс-глава Администрации Президента РФ Александр Волошин.

7 июля 2010 года Дмитрий Медведев подписал распоряжение о Рабочей группе по созданию МФЦ в Москве. В состав Рабочей группы вошли представители: Администрации Президента, Совета Федерации, Министерства финансов, Министерства экономического развития, Центрального банка России, Комитета Совета Федерации по финансовым рынкам и денежному обращению, Высшего арбитражного суда Российской Федерации, ФСФР России, правительства Москвы. Со стороны Правительства России координатором назначили первого вице-премьера Игоря Шувалова. Также были сформированы семь проектных групп по созданию МФЦ для проработки и представления документов руководству Рабочей группы. проектные группы, как правило, возглавляют представители бизнеса и государства. Группы состоят из порядка 200 финансистов, представителей государства, научных сотрудников, учителей, медицинских сотрудников. Работа Проектных групп началась в конце 2010 г.

29 декабря 2010 годаДмитрий Медведев назначил глав Международного консультативного совета по созданию МФЦ. Возглавляют Совет президент — Председатель правления Сбербанка России Герман Греф и Председатель правления банка CreditSuisse Урс Ронер.

Первым шагом по организации эффективной деятельности МФЦ стало объединение двух крупнейших российских фондовых бирж ММВБ и РТС в июне 2011 года.

В июле 2011 года правительство Москвы одобрило новую государственную программу на 2012—2016 годы «Стимулирование экономической активности», в рамках которой также есть раздел «Развитие Москвы как Международного финансового центра». При департаменте экономической политики и развития Москвы организовано управление по развитию в Москве Международного финансового центра. Начальником управления назначен заместитель руководителя департамента Михаил Кардаш [4].

Основные особенности и функции МФС

Международный финансовый центр наделили целым рядом функций. Вашему вниманию предлагаются основные из них:

- Возможность делегирования представителей министерств и ведомств в состав проектных групп Международного финансового центра.
- Принятие законодательных актов в целях развития МФЦ с последующим их внедрением на всей территории РФ в целях развития финансовой отрасли в регионах.

Также существует ряд особенностей функционирования МФЦ. Например, об успехе в реализации проекта в целом можно будет судить по общим объективным показателям экономики страны, таким как рост капитализации, повышение ликвидности, рост объема трансграничных сделок, внедрение новых финансовых инструментов. Также в роли положительного критерия оценки деятельности выступит повышение позиции Москвы в международных топ-рейтингах.

Сегодня в работе Международного финансового центра Москвы принимают участие крупнейшие финансисты из международных и российских организаций.

Рабочая группа МФЦ занимается разработкой и представлением на утверждение Президента РФ проектов решений по вопросам развития МФЦ, согласовывает эти проекты с органами власти и выносит на обсуждение представителей финансовых рынков при необходимости [9].

Если опираться на международный опыт уже функционирующих финансовых центров, для успешного функционирования необходимо повышать конкурентоспособность

сразу с нескольких сторон. Меры для развития должны приниматься в комплексе и быть направлены на повышение уровня национального финансового рынка, на его интегрированность во внутренний региональный рынок страны, на повышение уровня жизни жителей России и улучшение условий для ведения бизнеса, на дальнейшее развитие человеческого капитала и повышение уровня конкурентоспособности экономики страны в целом.

То есть необходимо создать условия для системного развития всей финансовой отрасли экономики страны. Финансовую российскую систему необходимо переориентировать в ее развитии с упором на организованный рынок.

Так как процесс развития финансового центра на основании концепции по созданию МФЦ в Москве разделен на два крупных этапа (2008—2010 г.г. и 2010—2012 гг.), то и мероприятия по развитию классифицируются по перспективе осуществления на краткосрочные и среднесрочные [2].

Весь комплекс мер по созданию и развитию в России МФЦ направлен прежде всего на повышение его конкурентоспособности на международном рынке. Наряду с входящими в этот комплекс мероприятиями необходимо продолжить работу, уже начатую ранее и регламентированную государственными актами и документами, например:

- *Стратегией развития банковского сектора РФ*
- *Стратегией развития финансового рынка РФ*
- *Концепцией развития корпоративного законодательства РФ*
- *проектом Стратегии развития страховой деятельности в РФ*
- *проектом Стратегии развития города Москвы до 2025 года*

Перечисленные выше документы будут прямо или косвенно способствовать развитию и деятельности МФЦ в Москве.

Результаты деятельности МФЦ

Аналитики заранее оценили тот вклад, который внесет деятельность МФЦ в развитие экономики, а в частности в развитие финансовой отрасли России и других государств.

Итак, ожидаемые результаты можно разделить на крупные блоки:

Общие для страны:

- институциональные изменения экономики страны в целом, такие как повышение доли финансового сектора в ВВП, и как следствие, повышение ВВП за счет финансового сектора;
- развитие современной устойчивой финансовой системы;
- рост доверия к России на международных рынках;
- увеличение выгод России в результате интеграции в мировую экономику.

Общие для экономики России:

- дальнейшее совершенствование законодательной базы финансовой отрасли экономики;
- повышение уровня и условий ведения бизнеса;
- рост и развитие финансовой индустрии;
- изменение и улучшение системы регулирования на рынке;
- развитие конкурентоспособности инфраструктуры рынка;
- рост ликвидности рынка;
- оптимизация налогового бремени в части инвестиционной и предпринимательской деятельности;
- развитие российской региональной финансовой системы за счет функционирования МФЦ;
- упрощение процедуры доступа к капиталу для российских компаний посредством вступления в МФЦ Москва и, как следствие, развитие инвестиций в различные отрасли экономики страны.

Общие для российского общества:

- удовлетворение нужд потенциальных соискателей рабочих мест среди специалистов финансового сектора;
- возможность проведения обучения и повышения квалификации работающего персонала финансового сектора;
- развитие образование и науки как следствия большей востребованности специалистов с высшим и послевузовским образованием, которые могут применить свои знания в части дальнейшего развития МФЦ;
- новые возможности при организации бизнеса для средних и крупных предпринимателей;
- повышение уровня социальной инфраструктуры в целом;
- рост возможностей межкультурного и профессионального обмена за счет притока в Москву специалистов финансового сектора из других государств.

В целом для сотрудничества России и стран СНГ функционирование МФЦ создаст естественный совместный рынок в финансовом секторе, что принесет новые возможности эмитентам и инвесторам и усилит доступ на рынок капитала из соседних стран.

А если рассматривать выгоду от функционирования МФЦ в мировом масштабе, то несомненными плюсами станет то, что к Москве увеличится доступ капитала из стран Восточной Европы и Азии и появятся новые возможности для инвестиций. Также организация МФЦ в Москве повысит устойчивость всей мировой финансовой системы, так как государство, которое имеет площадку подобного рода, имеет возможность прогнозировать ситуацию на финансовых рынках и отчасти оказывать на них влияние.

Помимо положительных прогнозов некоторые экономисты скептически относятся к организации Международного финансового центра в Москве. Несмотря на то что уже подготовлена сильная нормативно-законодательная база и международные комиссии вполне одобрительно относятся к тем шагам, которые уже сделаны по организации МФЦ, у противников нет единого мнения в целесообразности организации подобного масштаба.

Ведь за развитием МФЦ последует достаточно бурный рост всего финансового сектора страны, его необходимо будет поддерживать различными средствами, в том числе и материальными вложениями. Целесообразно ли

создавать искусственно такую ситуацию, при которой потребуется финансирование в большом объеме — необходимости в этом некоторые аналитики не видят.

Финансовые центры должны создаваться естественным путем, без искусственных финансовых вливаний. Примером могут служить Лондон и Нью-Йорк– типичные глобальные финансовые центры; или Сингапур и Дубай — региональные финансовые центры; или Чикаго, Цюрих и Женева — специализированные по торговле опционными фьючерсами и управлению частным капиталом соответственно. Естественными предпосылками появления перечисленных центров стали определенное направление финансовых потоков и концентрация финансовых ресурсов. Для нормального функционирования деятельности центра необходимо, чтобы государство имело возможность и желание регулировать эту деятельность, а не перекладывать эти функции на отдельных лиц (например, банкиров).

Также важным моментом для функционирования любого финансового центра является наличие платформы в государстве в виде пенсионных сбережений, страховых резервов, накоплений населения, которые составляют базу и помогают развивать центры. В России пенсионные накопления пока являются обязательными, они представлены в недостаточных объемах, а страхование финансовых сбережений, доверительное управление капиталом и добровольное накопление средств у населения страны вообще находится в зачаточном состоянии.

Недостаточно развита и правовая база, все крупные сделки между российскими компаниями на международных рынках ведутся по английскому, а не по российскому праву. Необходимо перестраивать законодательную базу, чтобы не затормаживать дальнейшее развитие долгового рынка России.

Налоговый режим в России изменился в лучшую сторону, особенно для иностранных банков, но они не расширяют операции в Москве и отказались от розницы. Низкими налогами не удается компенсировать нелояльность судебной системы и непредсказуемость судебного производства.

Вполне возможно, что разумной мерой сегодня был бы отказ от идеи создания МФЦ в Москве. Необходимо и дальше продолжать переговоры с представителями финансового сообщества и государственных органов, в процессе которыхбудет возможным понять, что же нужно для развития отечественного негосударственного финансового сектора. Проанализировав полученную информацию, необходимо будет принять соответствующие меры. Например, повышение требований к капиталу банков, будет одной из жестких, но необходимых мер. Следует создавать специализированные судебные коллегии по финансовым делам. В свою очередь, иностранные банки должны иметь право присоединяться к национальному российскому режиму.

Возможно, что результатом станет, что через несколько лет в Москве будет вполне живой и здоровый, конкурентный и законно регулируемый финансовый центр, а гриф международный никого не будет заботить в большей степени.

Литература

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р об утверждении Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=law;n=90601.

2. Постановление Правительства Москвы от 19 мая 2009 г. № 445-ПП «О Концепции развития города Москвы как национального и международного центра финансовых услуг» http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/291993/.

3. Распоряжение Правительства РФ от 11 июля 2009 г. № 911-р «Об утверждении плана мероприятий по созданию международного финансового центра в РФ» http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/6625863/.

4. Постановление Правительства Москвы от 11 октября 2011 г. № 477-ПП «Об утверждении Государственной программы города Москвы «Стимулирование экономической активности на 2012—2016 гг.» http://base.garant.ru/397772/.

5. Концепция создания международного финансового центра в Российской Федерации ©2009 Минэкономразвития России.

6. Распоряжение Президента РФ от 7 июля 2010 г. № 455-рп «О рабочей группе по созданию международного финансового центра в Российской Федерации при Совете при Президенте Российской Федерации по развитию финансового рынка Российской Федерации».

7. Распоряжение Администрации Президента РФ № 1592 от 25 октября 2010 года «Распоряжение Администрации Президента РФ № 1592 от 25 октября 2010 года об утверждении перечня подгрупп (проектных групп) рабочей группы по созданию международного финансового центра в Российской Федерации при Совете при Президенте Российской Федерации по развитию финансового рынка Российской Федерации».

8. Распоряжение Президента РФ № 900-рп от 29 декабря 2010 г. о Международном консультативном совете по созданию и развитию международного финансового центра в Российской Федерации.

9. Распоряжение Президента Российской Федерации «Об утверждении состава рабочей группы по созданию международного финансового центра в Российской Федерации при Совете при Президенте Российской Федерации по развитию финансового рынка Российской Федерации».

10. Распоряжение Президента РФ № 716-рп от 27 октября 2011 г. «О внесении изменений в состав Международного консультативного совета по созданию и развитию международного финансового центра в Российской Федерации, утвержденный распоряжением Президента Российской Федерации от 29 декбаря 2010 года № 900-рп».

Как пережили страны БРИКС мировой финансовый кризис. Бразилия

Тетерятников К.,
к.ю.н., советник президента — председателя правления, ОАО «Банк Москвы»

Многие экономисты считают, что мировой финансовый кризис, охвативший экономическое сообщество в 2008 году, завершился. Есть сторонники мнения, что кризис вошел в стадию рецессии, которая может продлиться не одно десятилетие. В любом случае кризис оказал влияние различного уровня на экономику стран мира. В статье приводятся исследования последствий кризиса для одной из стран БРИКС — Бразилии.

Ключевые слова: **мировой финансовый кризис, экономика, банковский сектор, страны БРИКС, Бразилия.**

As endured the countries of brics world financial crisis. Brazil

Teteryatnikov K.,
candidate of jurisprudence, adviser of the president-chairman of the board Joint stock company «Bank of Moscow

Many economists consider that the world financial crisis which has captured economic community in 2008 came to the end. There are supporters of opinion that crisis was included into a stage of recession which can last any decade. In any case crisis has impact of various level on economy of the countries of the world. Researches of consequences of crisis are given in article for one of BRICS countries — Brazil.

Keywords: **world financial crisis, economy, banking sector, BRICS countries, Brazil.**

Глобальный экономический кризис оказал значительное влияние на Бразилию в целом, и на ее банковский сектор в частности. В Бразилии три системно значимых банка: BancodoBrasil, ItauUnibancoHoldings и BancoBradesco, рыночные доли которых (по величине активов) составляют 10,44, 9,72 и 8,2% соответственно. В целом эти три ИБС в 2008—2012 годы показывали высокие финансовые результаты, отношение прибыли к средней величине собственного капитала (ROAE) этих банков в середине 2012 года составило 20,15, 22,31 и 21,39% соответственно. Благодаря усилиям бразильского правительства, все три банка хорошо капитализированы, а их коэффициенты капитала первого уровня намного превышают минимальный обязательный норматив (11, 11,8 и 13,1% соответственно) [1].

Banco do Brasil S.A. — крупнейший банк Бразилии. Банк является смешанной компанией, в которой 68,7% акций принадлежит федеральному правительству Бразилии. Акции банка обращаются на Фондовой бирже Сан-Паулу. Штаб-квартира расположена в городе Бразилиа. В

сентябре 2008 года этот государственный банк поглотил BancodoEstadodeSantaCatarina и благодаря этому превратился в крупнейшую ИБС Бразилии. На протяжении 2006—2012 годов портфель банка ежегодно увеличивался в среднем на 25,5%.

Хотя столь быстрый рост кредитов помог банку обеспечить относительно высокую среднюю прибыль на собственный капитал (за последние восемь лет она составляла 22,53% в год), в ближайшие несколько лет качество его кредитного портфеля и его финансовые результаты скорее всего снизятся, поскольку быстрая кредитная экспансия обычно сопровождается снижением качества кредитов. Годовые темпы роста потребительских кредитов банка (и других розничных кредитов) в 2005—2011 годах составляли 39,8%. Но в то же время в июне 2011 года дефолты по потребительским кредитам достигли максимальной отметки за 12 месяцев.

Подобно BancodoBrasil банки ItauUnibancoHoldings и BancoBradesco даже в годы мирового финансового кризиса демонстрировали высокие финансовые результаты. Среднегодовые показатели ROAE этих банков после 2008 года составляли 26,44 и 22,79% соответственно. Портфели активов этих банков росли даже более быстрыми темпами (34,3 и 20,59% в год соответственно), чем у BancodoBrasil, а кредиты потребителям (и другие розничные кредиты) в течение того же периода ежегодно увеличивались на 40,6 и 29,46% соответственно.

В отличие от принадлежащего государству BancodoBrasil, ItauUnibancoHoldings и BancoBradesco являются частными банками, и в 2006–2011 годах показатели их стабильности неизменно были ниже, чем у BancodoBrasil. Так, в 2011 году отношение объема невозвратных и проблемных кредитов к валовым кредитам у ItauUnibancoHoldings составляло 10,56%, а у BancoBradesco — 7,54%, что намного выше, чем у BancodoBrasil.

В июле 2012 года ItauUnibancoHoldings повысил свой прогноз процента дефолтов на 2012 год до 4,5–4,6% по сравнению с предыдущим прогнозом на уровне 4,2–4,5%. Обеспокоенность будущими результатами деятельности этого банка отчетливо отражается в цене его акций, которая в 2011 упала на 25,49%, что способствовало понижению индекса MSCI BrazilFinancialsIndex, выраженного в национальной валюте, на 19%.

Все три системно значимых банка Бразилии демонстрировали в 2008–2012 годах повышенную финансовую стабильность, чему способствовали динамичный рост экономики страны и бум на сырьевых рынках, наблюдавшиеся в этот период. Системная значимость ведущих ИБС Бразилии выходит далеко за пределы страны и распространяется как минимум на банковские рынки Южной и Центральной Америки, хотя их влияние в мировом масштабе и в группе БРИКС пока, возможно, является ограниченным [2].

Поскольку США являются основным торговым партнером Бразилии (на них приходится 14% экспорта), то спад в американской экономике, наступивший в ходе мирового финансового кризиса, в наибольшей степени отразился на экономическом росте Бразилии. В III квартале 2008 года бразильский ВВП вырос на 6,8% в годовом выражении, но в 2009 г. — лишь на 2%. В IV квартале 2008 года бразильская экономика потеряла 654,9 тыс. рабочих мест. Объем промышленного производства в декабре 2008 года снизился на 14,5%, а производство товаров длительного пользования — на 42,2%.

Впрочем, на Всемирном экономическом форуме в Давосе в феврале 2009 года президент бразильского Центрального банка Энрике Меиреллеш (HenriqueMeirelles) заявил, что тренд учетной ставки в Бразилии направлен вниз, а экономический рост в стране выше среднего по миру. При этом он подчеркнул, что Бразилия не нуждается в программах стимулирования наподобие американских.

На самом деле в отличие от многих других стран после начала мирового финансового кризиса Бразилия долгое время воздерживалась от масштабных программ стимулирования или спасения, поскольку власти располагали, как им казалось, мощными инструментами оживления экономики. К примеру, если сравнивать Бразилию с Россией, то уровень инфляции в РФ 2008 году составлял около 13%, а в Бразилии — всего 5,9%. Бразильская экономика успешно выдержала удары глобального финансового кризиса и уже в 2010 году показала прирост ВВП в размере 7,5% — один из самых высоких среди крупнейших стран мира [1].

По состоянию на середину 2012 года в число 500 крупнейших мировых корпораций (Fortune 500) входят следующие бразильские ИБС BancodoBrasil (105-е). Itaúsa-InvestimentosItaú» (117-е), BancoBradesco (135-е). Наряду с ними важнейшую роль в реализации стратегических планов проведения реформ в стране Национальному банку экономического и социального развития (BancoNacionaldeDesenvolvimentoEconomico e Social, BNDES), крупнейшему государственному кредитному учреждению с активами свыше 220 млрд долл. США, по сути являющемся аналогом российского Внешэкономбанка (ВЭБ).

Созданный в 1952 году, BNDES превратился в мощный инструмент хозяйственного развития страны, важнейший источник финансирования не только крупных компаний реального сектора, но и предприятий малого и среднего бизнеса, а также многочисленных бразильских экспортеров. В настоящее время это ведущий финансовый институт Бразилии, предоставляющий долгосрочное финансирование в рамках стратегических приоритетов правительства. Так, например, только в 2009 году (в разгар мирового кризиса) BNDES предоставил бразильским экспортерам кредиты на сумму 74 млрд долл. США и сыграл заметную роль в смягчении последствий рецессии страны, помог «выжить» тысячам местных товаропроизводителей.

По итогам 2010 года среди банков развития стран БРИКС BNDES занимал второе место (после China Development Bank) по размеру активов и капитала. При этом более половины его пассивов сформированы за счет ресурсов двух бразильских государственных фондов — Фонда поддержки трудящихся (FAT) и Объединенного фонда программы социальной интеграции и

программы формирования доходов государственных служащих (PIS-PASEP). Источником средств этих фондов являются фиксированные отчисления налогов с фонда оплаты труда, уплачиваемых в бюджет работодателями. Фонды, в свою очередь, размещают значительную часть собранных средств по льготной, ниже рыночной ставке в виде депозитов в BNDES [4].

Срочность таких депозитов составляет 30–40 лет, превышая срок любых рыночных источников фондирования и создавая тем самым базу для стабильной работы банка развития с самыми сложными проектами с длительными сроками окупаемости. Поэтому у BNDES нет проблем с фондированием. Так, в 2010 году капитал BNDES был увеличен в 2,5 раза за счет ресурсов государственного бюджета. Ресурсы были выделены для поддержки инвестиционных проектов по Программе ускорения роста (PAC) и Программе устойчивых инвестиций (PSI). То есть в случае BNDES речь идет о нерыночных источниках финансирования.

Крупнейшими клиентами BNDES являются ведущие бразильские компании с государственным участием — нефтегазовый концерн Petrobras (PetróleoBrasileiro S.A.) и самолетостроительная корпорация Embraer.

В сентябре 2010 года бразильская государственная нефтяная компания PetroleoBrasileiro (Petrobras) поставила мировой рекорд в проведении вторичного размещения ценных бумаг компании на фондовом рынке (SecondaryPublicOffering, SPO). При содействии BNDES и других крупнейших ИБС Бразилии она разместила акции почти на 70 млрд долл. США. Предыдущий рекордсмен — японская NTT привлекла 36,8 млрд долл. США аж в конце 1980-х годов.

Большую часть акций на общую сумму в 42,5 млрддолл. США приобрело через BNDES и BancodoBrasil государство в обмен на шельфовые месторождения с запасами около 5 млрд баррелей нефти.Частные инвесторы приобрели акции Petrobras на 27,4 млрд долл. США. При этом спрос с их стороны превысил предложение более чем втрое. Акционеры компании подали заявки на 57 млрд долл. США, сторонние инвесторы — на 30 млрд долл. США. До этого бразильскому правительству принадлежали 32,1% капитала и 55,6% голосующих акций Petrobras. В результате удачно проведенного размещения доля государства в капитале компании увеличилась до 55%.

Корпорация Embraer находилась в числе приоритетных проектов BNDES и BancodoBrasil в течение многих лет, являясь одним из крупнейших получателей кредитов и главным бенефициаром программы поддержки. Более того, BNDES оказывал не только финансовую поддержку отечественному производителю авиатехники, но и политическую — в начале 2010-х годов в рамках ВТО канадское правительство обвинило Embraer в наличии экспортных субсидий со стороны государства, однако именно эксперты BNDES сумели доказать, что канадская авиастроительная корпорация Bombardier пользуется аналогичными, хотя и весьма хитро структурированными с целью маскировки преференциями от своего правительства. Сегодня воздушные суда Embraer работают в авиакомпаниях десятков стран, включая СНГ и Россию, и являются серьезнейшими конкурентами нового российского регионального самолета «Сухой-Суперджет-100» (SSJ-100), созданного при финансовой поддержке Внешэкономбанка.

Таким образом, несмотря на обвальный характер падения фондового рынка и курса реала до 2,3 реала за доллар с отметки около 1,5 в августе 2008 года, Бразилия сохранила в своем инструментарии необходимые средства для борьбы с кризисом. В начале февраля 2009 года действовавший в то время президент страны Лула Да Силва объявил о мерах, которые должны были подхлестнуть экономический рост. Правительство заявило о своем намерении через крупнейшие ИБС страны финансировать строительство около 500 тыс. домов для граждан с низкими доходами.

Главный упор властей в ближайшем будущем будет направлен на оживление внутренней деловой активности и потребления. Предполагается, что политика снижения ставок позволит бразильским потребителям повысить свою активность, а девальвация реала защитит местного производителя от импорта. При этом широкая собственная сырьевая база лишь облегчит Бразилии выход из экономического спада, поскольку обеспечит производство дешевым и доступным сырьем.

В 2011—2012 годах в ожидании второй волны мирового финансового кризиса Центральный банк Бразилии восемь раз снижал учетную ставку, пытаясь ускорить восстановление экономики страны после пика кризиса в 2008—2009 годах. В августе 20011 года ставка составляла 12,5%, в июле 2012 года она была опущена до рекордных 8%. Экономисты проводят аналогии с финансовым кризисом 2008 года. Тогда за период с сентября 2008 по июль 2009 года монетарные власти Бразилии провели серию из пяти сокращений ставки, понизив ее до 8,75%.

По состоянию на середину 2012 года предпринимаемые меры стимулирования экономики ожидаемых положительных результатов не принесли. Однако, несмотря на это, наиболее развитая среди стран БРИКС финансовая инфраструктура Бразилии способствует сохранению весьма высокой эффективности банковского сектора в целом, и бразильских ИБС в частности. Кроме того, страна также отличается самым высоким среди остальных участников БРИКС уровнем открытости банковского рынка, о чем свидетельствует относительно большая доля иностранных банков в общем объеме банковских активов (23%) [2].

В 2011—2012 годах зарубежные ИБС только укрепляли свои позиции в Бразилии. Так, в мае 2012 года Citibank и Santander заявили о своих намерениях значительно увеличить здесь сеть своих филиалов по работе с частными клиентами. Набор дополнительных сотрудников проводят и бразильские инвестиционные подразделения DeutscheBank, GoldmanSachs и CreditSuisse, а UBS и HSBC ищут специалистов в области управления капиталом.

Количество зарубежных институтов, ожидающих в середине 2012 года получения банковской лицензии для работы в Бразилии, достигло уже 20. В этой очереди оказался и швейцарский UBS, который во время

кризиса продал в 2009 году свою местную «дочку» — инвестбанкPactual, а теперь решил снова вернуться на этот рынок. К 2013 году количество сотрудников UBS в Бразилии должно увеличиться с нынешних 312 до 550 человек.

GoldmanSachs и CreditSuisse также планируют увеличить количество своих сотрудников в Бразилии на 20% в 2012 году. За минувшие два года DeutscheBank принял здесь на работу более половины из 360 своих нынешних работников и останавливаться на достигнутым не намерен. Число сотрудников JP Morgan в 2012—2013 годах возрастет вдвое против 630 человек, работающих в бразильском подразделении JP Morgan на сегодняшний день.

Несмотря на назревающую вторую волну мирового финансового кризиса 2012—2013 годов, экономика Бразилии стремительно растет и поэтому так привлекательна для банков. Резервы для удовлетворения существующего здесь спроса на финансовые услуги, оказываемые иностранными ИБС, и в первую очередь в сфере privatebanking, огромны.

Согласно исследованию BostonConsulting Group, по состоянию на середину 2012 года вложения богатых бразильцев составляют примерно 330 млрд долл. США, 80% этой суммы приходится на местный финансовый рынок. Именно поэтому HSBC рассчитывает за три года увеличить объем находящегося в его управлении капитала вдвое. В 2012 году этот банк планирует рост своего направления privatebanking во всем мире на 6%, а в Бразилии — более 20%. Количество сотрудников только соответствующего подразделения бразильской «дочки» HSBC возрастет с нынешних 80 до 110 человек.

Одновременно достаточно успешно развивается и бизнес крупнейших местных интегрированных банковских групп. В 2008—2009 годах показатели эффективности деятельности бразильских ИБС несколько снизились, однако уже в 2010 году средние коэффициенты достаточности капитала значительно превысили требования национальных регуляторов. Большинство частных банков, в том числе ItauUnibancoHoldings и BancoBradesco, вновь стали высокорентабельными. Тем не менее стремительно растущие объемы кредитования и высокая зависимость от иностранного капитала и межбанковских заимствований могут в период внутренних и внешних потрясений привести ИБС к серьезному кризису ликвидности и стабильности.

● *Правительство и Центральный банк Бразилии осознают системные риски для ИБС и всей банковской системы страны и вполне успешно проводят финансовую политику, основанную на следующих трех пунктах:*

● *установление предельных показателей инфляции;*

● *контроль и поддержание положительного первичного сальдо государственного бюджета, достаточного, чтобы иметь устойчивое отношение государственного долга к ВВП;*

● *использование плавающего валютного курса.*

Всякий раз, когда инфляционные процессы угрожают ускориться, Центральный банк Бразилии, действуя при этом независимо от правительства, увеличивает процентную ставку, влияя таким образом на покупательную способность реала и инвестиции и тем самым сдерживая инфляцию в установленных правительством пределах. Параллельно с удержанием заданного коридора используется фискальный режим, направленный на создание первичного положительного сальдо платежного баланса, достаточного для того, чтобы поддерживать стабильную платежеспособность бразильской государственной казны. Таким способом удается предотвращать рост государственного долга, который во времена многочисленных бразильских кризисов 1980—1990х годов имел взрывной характер.

Конечно же, можно критиковать бразильскую бюджетно-финансовую политику за значительное ускорение роста государственных расходов, в том числе и социальных, но важно то, что в период мирового финансового кризиса Бразилии удалось обеспечить стабильное положительное сальдо платежного баланса и тем самым предотвратить взрывной рост государственного долга.

Введение режима плавающего валютного курса, в свою очередь, также оказало положительное влияние на защиту бразильской экономики от глобального финансового кризиса. Даже когда разразившийся в США ипотечный, перетекший затем в финансово-экономический кризис коснулся бразильской экономики, ориентированной на США, Бразилия за счет снижения объемов и цен на сырьевые товары, экспортируемые страной, сокращения линий внешнего кредитования и объемов импорта, а также снижения курса национальной валюты остановила рост дефицита платежного баланса Бразилии.

В начале 2011 года ЦБ Бразилии ввел ограничения для ИБС на торговлю валютой, обязав их откладывать в резервы до 60% от коротких позиций по доллару, если они превышают три миллиарда долларов или объем активов банка. Эта мера была призвана остановить укрепление местной валюты — реала, стоимость которого за последние восемь лет по отношению к доллару выросла более, чем в два раза. В 2009 году укрепление реала составило 32%, в 2010-м — 4,6%, в 2011 — 2,1%.

Сильная национальная валюта делает менее выгодным экспорт из страны и, наоборот, привлекает импортеров. В результате торговый профицит Бразилии в 2011 году был минимальным за последние восемь лет. При этом ИБС продолжили играть на рынке валют — среднемесячный объем сделок на этом рынке в 2011 году составлял 16,8 млрд долл. США. В первой половине 2012 года курс реала был существенно ослаблен для укрепления позиций местных экспортеров [4].

Собственно говоря, в первом полугодии 2012 года все валюты стран БРИКС дешевели самыми высокими с 1998 года темпами. Среди валют всех развивающихся стран мира российский рубль, бразильский реал и индийская рупия оказались в лидерах по скорости падения. Только во втором квартале 2012 года российский рубль по отношению к доллару потерял 11,5%, рупия — 10, реал — 12%. По прогнозам экспертов, до конца года спад этих валют достигнет 15%. Наряду с иными причинами снижение курсов происходит также и в связи с тем, что международные инвесторы выводят капитал из

государств БРИКС (за исключением Китая) на фоне общего ухудшения ситуации в мировой экономике.

В целом, благодаря накопленному промышленному и сельскохозяйственному потенциалу и эффективной антикризисной политике властей, бразильская экономика и банковский сектор сравнительно легко прошли активную фазу мирового финансового кризиса (2008—2009 гг.). Дело в том, что к 2007—2008 годам бразильский рынок недвижимости уже успел освоить эффективные финансовые инструменты, и в результате он был гораздо больше урегулирован, чем рынки США, Европы и Азии [5].

Накопленный ИБС опыт серьезных национальных банковских кризисов в 1980-х и 1990-х годах, в том числе и связанных с ипотекой, позволил бразильской банковской системе своевременно предотвратить заражение рынка деривативными ипотечными ценными бумагами, манипуляции с которыми, собственно говоря, и породили финансовый кризис в США.

Бразильские регуляторы строго следуют решениям Базельского комитета по банковскому надзору (Базель-1 и Базель-2), которые регулируют капитализацию национальной банковской системы. По этой причине и стала невозможной реализация сложных операций, включая все виды финансовых внебалансовых активов, которые застали врасплох инвесторов и регуляторов США и Евросоюза. Именно поэтому банковский сектор Бразилии оказался в лучшем положении, чем США и страны Западной Европы, сумев создать своеобразную «санитарную зону» уже на первом этапе кризиса — в 2007—2008 годах.

Однако в случае очередной волны мирового финансового кризиса, которая ударит по США как крупнейшему торговому партнеру Бразилии, и падения цен на нефть в 2012—2013 годах системообразующие ИБС Бразилии даже при поддержке государства могут оказаться в сложнейшем финансовом положении.

Литература

1. Стремительный рост влияния финансовых рынков быстроразвивающихся стран. Картина развития. Обзор Института исследования быстроразвивающихся рынков Сколково № 12—09 (сентябрь 2012).

2. *Рубини Н.* Четыре минус один // Ведомости. 23.10.2012.

3. *Стариков Н.* Кризис. Как это делается. — Питер, 2011.

4. *Майкл Льюис.* Большая игра на понижение. Тайные пружины финансовой катастрофы. — Альпина Паблишерз, Москва, 2011.

5. Global systemically important banks: Assessment methodology and the additional loss absorbency requirement, BCBS Consultation paper, July 2011.

www.ideg.ru

Подписка в редакции — это удобно, надежно и выгодно!

Бизнес-издания холдинга имеют различную тематическую ориентацию и рассчитаны на комплексную и компетентную поддержку бизнеса во всех направлениях:

◆ Экономика ◆ Менеджмент ◆ Маркетинг
◆ Финансы ◆ Юриспруденция ◆ Логистика

Оформить подписку вы можете с любого месяца на любой срок

► через интернет-каталог «Российская периодика»: www.arpk.org
► в редакции: (499) 152-03-30, 152-04-90; dirpp_m3@ideg.ru

Подписывайтесь и читайте с удовольствием!

реклама

Мировое банковское обозрение

Мартин Шульц позаботился о Кипре

Глава Европарламента Мартин Шульц, который в будущем планирует занять пост президента Еврокомиссии, подверг резкой критике решения, принятые Еврогруппой для Республики Кипр.

Он отметил, что все страны — члены ЕС имеют равные права, и указал, что меры, предпринятые для Кипра, не должны были отличаться от мер, согласованных для других проблемных стран еврозоны. «Кипр даже не рассматривали. Но никогда не поздно что-то изменить. В настоящее время у нас есть соглашение с Кипром в размере 10 миллиардов евро, но это сумма не поможет, если будет перезагрузка экономики страны», — считает Шульц.

Программа помощи, по мнению Шульца, должна быть больше, а также должна включать в себя поддержку малого и среднего бизнеса, создание новых рабочих мест и возобновление активной экономической деятельности. Шульц пообещал как можно скорее провести деловые переговоры с представителями ЕИБ, чтобы сформулировать инвестиционную программу для малого бизнеса на Кипре.

Президент Путин готовит новый документ, который обеспечит рост российской экономики

Президент России Владимир Путин в ходе рабочей встречи с первым вице-премьером Игорем Шуваловым и помощником Президента Эльвирой Набиуллиной поручил в течение мая подготовить предложения по стимулированию роста российской экономики. В документе необходимо отразить, по мнению Президента, потребности нашей экономики с точки зрения обеспечения темпов ее роста и уменьшения противоречий, которые сегодня существуют в самом правительстве и в экспертном сообществе.

Путин подчеркнул, что темпы роста должны обеспечить выполнение всех планов в экономической и социальной сферах, в том числе стимулировать рост доходов населения.

Финансовые пирамиды в России по-прежнему существуют

В России на сегодняшний день работает около 20 тыс. финансовых пирамид, сообщил старший инспектор Следственного комитета России Георгий Смирнов. Точных подсчетов, по его словам, никто не ведет, количество вкладчиков подсчитать также не удается.

Принцип работы финансовых пирамид одинаковый, но модели у них могут быть разные. Классическая модель — это так называемая инсценировка, от вкладчиков источники формирования доходов скрываются. Такие пирамиды могут, например, называться кассами взаимопомощи, светскими клубами, финансовыми социальными сетями, перечисляет Смирнов. Вторая модель предполагает большую прозрачность, вкладчикам сообщают, что они участвуют в финансовой пирамиде.

Пострадавшие от финансовых пирамид часто обращаются в полицию, жалоб много, отметил Смирнов. Госдума подготовила проект закона о запрете финансовых пирамид, документ направлен в правительство.

Новая версия МММ

В Интернете начали появляться предложения получить миллионы рублей, привлекая новых участников в систему перевода пенсионных накоплений. Заработать, зарегистрировавшись в системе перевода пенсионных накоплений «Драйвер Лайт», гражданам предлагают несколько сайтов с похожими названиями.

Оценить масштаб проблемы пока невозможно, так как данных о количестве участников «Драйвер Лайт» на сайте нет. Между тем риски для граждан, воспользовавшихся предложением этой системы, очевидны. Во-первых, их накопления могут оказаться неизвестно в каком НПФ, а во-вторых, они по условиям партнерства должны будут предоставить «Драйвер Лайт» все свои персональные данные — от телефона до реквизитов банковских карт или «QIWI Кошелька».

В Великобритании растет стоимость финансовых консультаций

Новые требования регулирующих органов Великобритании, предъявляемые к банкам, могут ограничить доступ менее богатых потребителей к финансовым услугам, считает председатель совета директоров британско-гонконгской банковской группы HSBC Дуглас Флинт.

«Мы начинаем наблюдать переход банковского сектора к обслуживанию клиентов с более высоким уровнем доходов и отход от более низких слоев общества. И это меня очень беспокоит», — приводит агентство Reuters слова Флинта.

Многие кредитные организации Великобритании отмечают, что введенные в январе правила, включающие требования к повышению квалификации финансовых консультантов и прозрачности выплат за их услуги, повышают стоимость консультаций и делают их доступными не для всех клиентов банка.

Некоторые кредитные организации Великобритании, включая HSBC, уже решили отказаться от консультирования клиентов, чей инвестиционный капитал составляет менее 50 тыс. фунтов стерлингов (76,33 тыс. долларов).

ВВП США будут считать по-новому

С июля 2013 года экономика США будет выглядеть более здоровой за счет повышения ВВП. Об этом пишет Financial Times. Тем не менее причина такого изменения не в реальном увеличении продуктивности экономики страны, а в усовершенствовании формулы подсчета этого показателя.

При учете таких ранее не принимавшихся во внимание показателей XXI века, как расходы на научные исследования и разработки и авторские отчисления в киноиндустрии, величина американского внутреннего валового продукта вырастет на 3%.

Таким образом, крупнейшая экономика мира учтет миллиарды долларов «неосязаемых активов», о которых ранее забывали.

Председатель ЦБ РФ считает российскую ситуацию в банковском секторе стабильной

Банк России готов предоставить от 1,5 трлн до 2 трлн рублей российским финансовым организациям в случае ухудшения ситуации в банковской сфере. Об этом руководитель ЦБ Сергей Игнатьев заявил на экстренном экономическом совещании с участием Президента России Владимира Путина.

Игнатьев подчеркнул, что считает текущую ситуацию в банковской системе стабильной. Он отметил, что за последний год кредитование в номинальном выражении выросло на 20%, и добавил, что положение с ликвидностью нормальное.

В начале прошлого года ЦБ также был готов в случае возникновения дефицита ликвидности предоставить российским банкам до триллиона рублей. Такой необходимости, однако, не возникло.

Во время кризиса 2008—2009 годов ЦБ в качестве экстренной меры для пополнения ликвидности предоставлял отечественным финорганизациям беззалоговые кредиты. Выдача таких кредитов была свернута в 2010 году, когда пик кризиса в России прошел. Всего ЦБ выдал банкам по таким кредитам почти 2 трлн рублей; осенью 2010 года сообщалось, что финорганизации расплатились с регулятором.

Старейшая миллиардерша мира умерла в Бразилии

В Бразилии 20 апреля 2013 года умерла самая богатая женщина страны и старейшая в мире миллиардерша — 100-летняя Дирс Наварру де Камаргу. Об этом пишет местная газета Folha de São Paulo без указания на источники информации. Данные о смерти миллиардерши со ссылкой на неназванные источники подтверждают Forbes Brasil и Bloomberg.

По данным Forbes, Камаргу с состоянием в 11,5 млрд долларов занимала 87-ю строчку в списке миллиардеров мира и четвертую — в Бразилии. По подсчетам Bloomberg, Камаргу обладала состоянием в 13,8 млрд долларов и занимала 62-ю строчку в мировом списке богачей.

Избран новый председатель наблюдательного совета Банка Эстонии

Парламент Эстонии в апреле 2013 утвердил председателем наблюдательного совета Банка Эстонии (Центробанка) Марта Лаара, который ранее дважды занимал пост премьер-министра страны, сообщила пресс-служба парламента.

На этом посту он сменит Яана Мянника, который занимал его в течение пяти лет. За кандидатуру Лаара, которую предложил президент страны Тоомас Хендрик Ильвес, проголосовали 46 депутатов из 101 члена парламента. Против было подано 34 голоса, воздержались четыре парламентария. Лаар вступит в должность 13 июня.

Март Лаар дважды занимал пост премьер-министра Эстонии: в 1992—1994 и в 1999—2002 годах. Во время нахождения у власти Лаара были приняты дискриминационные законы об иностранцах и о языке. В канун конфликта в Южной Осетии в 2008 году Лаар был по совместительству советником президента Грузии Михаила Саакашвили.

Лаар также является автором ряда трудов, превозносящих эстонцев, служивших в эстонской дивизии СС, в гитлеровской армии, а также «лесных братьев».

После парламентских выборов 2011 года Лаар занял пост министра обороны страны, но в мае прошлого года подал в отставку по состоянию здоровья. В феврале 2012 года у него случился инсульт, от которого он до сих пор полностью не оправился и передвигается в коляске. В настоящее время Лаар является членом парламента страны от входящей в правящую коалицию партии «Союз Отечества и Республика».

Ипотека в России выдается без обеспечения

Каждый десятый ипотечный кредит в России выдан без первоначального взноса. Почти треть заемщиков в Москве и Московской области получают ипотеку без официального подтверждения доходов. Это выявило исследование Агентства по ипотечному жилищному кредитованию (АИЖК) и института «ГФК Русь».

Такой риск российские банки не брали на себя даже в докризисном 2008 году, на пике бума кредитования. Вероятно, быстрое восстановление цен на рынке недвижимости и ответственное поведение ипотечных должников убедили банкиров, что рисковать в ипотеке можно.

По оценкам АИЖК, сейчас ипотеку выплачивает 1,4 млн российских семей. За прошлый год банки выдали жилищных кредитов как обеспеченных ипотекой, так и на этапе строительства, т. е. пока беззалоговых, более чем на 1 трлн руб. Объем накопленных жилищных кредитов на балансах банков перевалил за 2 трлн — рост за год более чем на 40%.

В этом году будет выдано еще до 0,8 млн новых ипотечных кредитов на сумму 1—1,2 трлн руб., прогнозирует АИЖК. За первые два месяца, сезонно не самые активные для ипотеки, банки выдали более 130 млрд руб. кредитов на жилье.

Оценили ситуацию с госдолгом в странах ЕС

Государственный долг 17 стран еврозоны в 2012 году составил рекордные 90,6% ВВП по сравнению с 87,3% в 2011 году и 85,4% в 2010 году, свидетельствуют данные Евростата. При этом сводный дефицит госбюджета еврозоны снизился с 4,2 до 3,7% ВВП.

Госдолг всех 27 государств ЕС вырос с 82,5 до 85,3% ВВП, бюджетный дефицит опустился с 4,4 до 4% ВВП. Совокупный объем ВВП еврозоны по итогам 2012 года составил 9,49 трлн евро в рыночных ценах, Евросоюза — 12,9 трлн евро. И задолженность европейских государств, и сальдо их бюджетов по-прежнему существенно выше уровней, допустимых по общеевропейскому законодательству, согласно которому госдолг не должен превышать 60% ВВП, дефицит бюджета — 3% ВВП. Улучшение бюджетной ситуации отмечено в 13 странах ЕС, ухудшение — в 12 государствах, еще в двух положение осталось стабильным.

Египет просит у России в долг

Арабская Республика Египет (АРЕ) попросила Россию о крупном кредите, сообщил помощник главы государства Юрий Ушаков по итогам переговоров президентов двух стран.

«Был поднят вопрос о кредите. Финансовые ведомства вступят в контакт. Все детали поручено обсудить руководителям финансовых структур», — сказал он.

При этом Ушаков отказался назвать сумму кредита, отметив, что речь идет о «немаленькой сумме».

Пресс-секретарь Президента РФ Дмитрий Песков ранее заявил, что Россия рассмотрит вопрос о помощи Египту, если такая заявка поступит.

Египет уже более года ведет с переговоры с Международным валютным фондом о кредите в 4,8 млрд долларов. Агентство Reuters в начале апреля сообщало, что договоренность о кредите может быть достигнута в течение двух недель.

Литература

1. http://www.banki.ru.
2. http://www.vedomosti.ru.
3. http://www.rbc.ru.
4. http://www.wbanks.ru.
5. http://bankir.ru.

АКАДЕМИЯ МБА

АНО «Академия менеджмента и бизнес-администрирования»

www.a-mba.ru

журнал

«Менеджмент и бизнес-администрирование»

Предоставление комплексной и систематизированной информации по теории и практике, направленной на повышение качества и эффективности управленческих процессов на различных уровнях хозяйствования.

Журнал включен в перечень ВАК

Подписка

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

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

► В любом отделении почтовой связи по Объединенному каталогу «Пресса России»

реклама

Международные рейтинги российских вузов. Проблемы и перспективы

Комаров В.,
профессор кафедры экономики, Российский государственный аграрный заочный университет

Анализируются задачи и цели, стоящие перед российскими вузами, по оптимизации научно-образовательной деятельности и повышению международных рейтинговых оценок.

Ключевые слова: рейтинги, международные рейтинговые оценки, университеты, вузы, образование, наука, эволюционные преобразования, публикации, ЮНЕСКО, ООН.

International ratings of the russian higher education institutions. Problems and prospects

Komarov V.,
professor of chair of economy, Russian State Agrarian Correspondence University

Tasks and the purposes facing the Russian Higher education institutions on optimization of scientific and educational activity and increase of the international rating estimates are analyzed.

Keywords: ratings, international rating estimates, universities, higher education institutions, education, science, evolutionary transformations, publications, UNESCO, UN.

Ежегодно, после публикации международных рейтингов вузов в российском профессиональном сообществе возникает некий турбулентный процесс по поводу справедливости и несправедливости присужденных мест. Действительно, российским университетам сегодня, в данной системе оценок, похвастаться нечем. Но проходит некоторое время, и все стихает до следующего года. Нашего адекватного ответа пока нет, так же как нет и

российского рейтинга вузов, признанного международным сообществом. Сколько существуют рейтинги вузов, столько и противоречивых результатов мы получаем, и будем получать. Они учитывают такое количество специфических показателей, и отбор их порой столь неоднозначен, что разобраться и дойти до истины очень сложно, но необходимо научиться работать в предложенных обстоятельствах.

В 2012 году во внутрироссийском рейтинге лидерство за Московским государственным университетом им. М. В. Ломоносова признал Российский Национальный рейтинг университетов, составленный «Интерфаксом» при поддержке Минобразования РФ. Однако в опросе очень авторитетного российского агентства РБК. Рейтинг (Росбизнес консалтинг) знаменитый МГУ занял лишь второе место, с 18,46% проголосовавших квалифицированных читателей. Пальму первенства получил Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана — 33,74 % отдали ему свои голоса, что почти в два раза превышает показатель МГУ. Далее в списке РБК. Рейтинг следуют: МФТИ — 6,5%; МГИМО 4,23%; СПбГУ — 4,15%; ГУ-ВШЭ — 3,88%; МИФИ — 2,97%; МАИ — 2,84% [1].

Очевидно, что рейтинг — казус столь значителен и неоднозначен даже внутри страны, что издержки и разночтения на мировом уровне тем более неизбежны. Следовательно, при недооценке или недоразумениях в рейтинговых оценках российских университетов в практике мировых агентств, следует занимать активную позицию и принимать системные и адекватные меры по выведению российских вузов на подобающие их потенциалу места. Также в стране с огромными традициями и существенными успехами в системе высшего образования назрела необходимость создания своего, российского международного рейтинга университетов, который будет признан мировым сообществом.

На сегодняшний день в двух крупнейших международных рейтингах вузов российские университеты высоких мест не занимают:

1) QS World University Rankings был прежде известен как «THE-QS World University Rankings 2004—2009». THE — Times Higher Education — World University Rankings — рейтинг по версии одного из самых авторитетных изданий — приложения газеты Times — Times Higher Education при участии информационной группы Thomson Reuters (поменялось название, но не методология исследования).

2) ARWU — Academic Rankingof World Universities, академический рейтинг университетов мира, который составляется Институтом высшего образования Шанхайского университета Цзяо Тун.

Практические рекомендации по рейтингам и отчетности в высшем образовании разрабатываются также соответствующими комиссиями ЮНЕСКО (UNESCO — United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) — подразделением Организации Объединенных Наций (ООН) по вопросам образования, науки и культуры. Так, на глобальном форуме ЮНЕСКО в Париже в мае 2011 года университетские рейтинги оценивались в контексте инструментов международной отчетности, которые акцентируются на разнообразии критериев и экспертных оценок. Речь шла об оценке качества и итогов обучения, аккредитации, лицензировании и бенчмаркинге (процесс определения, понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования организации с целью улучшения собственной работы. Он в равной степени включает в себя два направления — оценивание и сопоставление) [2].

Однако до настоящего времени ничего конкретного не предложено. Вопрос настолько сложен, что согласовать его в оптимальном формате между 194 государствами — членами ООН (из 237 стран Мира) задача крайне сложная и противоречивая. Более того, зная на практике механизмы работы подразделений ООН, рискну предположить, что даже согласованные рейтинговые предложения будут дипломатически корректными и, наверняка, рекомендательными. И, тем не менее, совершенно необходимо, чтобы сотрудники российской миссии в ЮНЕСКО активно участвовали в этой работе. Профессиональной составляющей и соответствующим подходом их должны обеспечить наши самые заинтересованные организации — Минобразования РФ и Российский Союз ректоров.

РСР — это авторитетнейшая общероссийская общественная организация, объединяющая в своем составе 880 руководителей высших учебных заведений. Он основан Распоряжением Президента Российской Федерации от 25 ноября 1992 г. № 723-рп. Президентом РСР является крупнейший авторитет, признанный международным образовательным сообществом, Ректор МГУ, Вице-президент Российской академии наук, академик — Виктор Антонович Садовничий.

В ежегодном рейтинге ведущих университетов мира — QS World University Rankings — 2012 МГУ им. Баумана находится на 116 месте (112 место в 2011 году), СПбГУ — на 253 месте (251 место). Также потеряли позиции Томский госуниверситет — 580 место (474 место), Казанский федеральный университет — 663 место (603 место) и Нижегородский госуниверситет им. Лобачевского — 719 место (696 место). Прямо скажем, места, далекие от форвардов. По мнению авторов рейтинга, главной причиной такого положения стало уменьшение цитирования.

В марте 2013 года THE был опубликован третий выпуск репутационного рейтинга университетов, в котором оценивается имидж вуза в научном мире. Уже привычно, что в числе лидирующих преобладают вузы США. Как и в прошлом году, фавориты: Гарвардский университет, Массачусетский технологический институт и Кембриджский университет. Позиции с четвертой по десятую заняли: Оксфордский университет, Калифорнийский университет в Беркли, Стэнфордский и Пристонский университеты, Калифорнийский университет в Лос-Анджелесе, Токийский и Йельский университеты. Таким образом, в лидирующую десятку в этом году снова вошли семь университетов США, два в Великобритании и один японский университет. МГУ им. М.В. Ломоносова разделил 50 место с университетом Пердью.

Особо следует подчеркнуть и акцентировать внимание на том, что в представленном репутационном рейтинге научная и образовательная деятельность

Доли участия институциональных секторов сферы ИиР США по объему выполненных работ (%)

Сектор и характер работ	1979			1999			2004			2009		
	ФИ	ПИ	Разр	ФИ	ПИ	Разр	ФИ	ПИ	Разр	ФИ	ПИ	Разр
U & C	48.9	11.7	1.3	54.0	11.1	0.9	57.0	13.0	1.2	53.4	16.7	0.8
Fed/Gov.	14.2	20.0	11.1	8.6	10.6	6.0	8.4	10.8	7.2	7.2	11.2	6.9
FFRDCs	14.7	5.0	4.0	9.6	3.2	2.1	8.9	4.5	2.6	7.7	6.5	1.9
Industry	13.5	57.7	81.9	17.1	70.4	89.9	14.0	65.7	87.5	19.5	57.6	89.5
NPO	8.8	5.6	1.7	10.8	4.7	1.0	11.8	6.1	1.5	12.2	8.0	1.0

Источник: National Science Foundation. Science and Engineering Indicators: http://www.nsf.gov/statistics/seind04/, Chapter 5. Academic Research and Development: Сокращения и пояснения

вузов оценивались при их весовом соотношении, равном 2:1. Репутационный рейтинг университетов строится исключительно на экспертных оценках и является составной частью общего рейтинга университетов мира THE-WUR. Составители рейтинга сформировали выборку соответствующую статистическим характеристикам мировой науки и научных дисциплин, для составления которой были привлечены статистические данные ООН. В результате было получено 16 639 ответов ученых 144 стран. Для определения баллов, полученных каждым университетом, подсчитывалось число его упоминаний в анкетах. Поскольку Гарвард выбирался экспертами максимальное число раз, то число его упоминаний было принято за 100 баллов, а баллы прочих университетов были рассчитаны пропорционально. Хотелось бы подчеркнуть, что три из шести супербрендов — MIT, Harvard, Berkley являются основателями и движущей силой развития самой современной образовательной платформы edX. [3]. Репутационный рейтинг подтверждает также высокий потенциал университетов Юго-Восточной Азии, в первую очередь — китайских университетов в Синьхуа и Пекине. Удивляет довольно низкая оценка не только наших университетов, но и университетов континентальной Европы. Так в Топ-50 попали лишь два вуза: Швейцарский Технологический институт в Цюрихе — 20 место; Немецкий Мюнхенский университет Людвига-Максимилиана — 44 место.

Шанхайский рейтинг Academic Rankimg of World Universities, ARWU, составляется ежегодно Шанхайским университетом Цзяо Тун в Китае. В основе методологии — учет числа нобелевских и филдсовских лауреатов среди выпускников и сотрудников вуза, число сотрудников, входящих в списки высокоцитируемых ученых по данным Web of Science, число публикаций с указанием вуза в Web of Science, а также число публикаций в журналах Nature и Science. Анализ, проведенный на основе базы Scopus, показал, что более 50% публикаций российской научной диаспоры идут из США. При этом наиболее цитируемые российские ученые также работают также в США — на их долю приходится 44% всех ссылок (период после 2003 года). Первая десятка ведущих университетов мира выглядит традиционно: Гарвардский университет; Стэнфордский университет; Массачусетский технологический институт и т. д. Единственный российский вуз в сотне — МГУ — занимает 77 позицию [4].

Следует отметить, что методика составления Шанхайского рейтинга практически не учитывает размер вуза при ранжировании. Можно, в этом случае предположить, что при полноценном учете размера вуза (числа сотрудников или студентов) в лидеры по России вышли бы более компактные исследовательские университеты типа Новосибирского университета.

Международные рейтинги вузов не могут в полной мере отражать качество образования в стране, считает ректор МГУ Виктор Садовничий. «Рейтинги отражают узкий сектор, они не могут показать все богатство системы образования в стране». По мнению Садовничего, если бы в РФ создавался международный рейтинг вузов, то в него следовало бы включить больше параметров, связанных с качеством образования, тогда об успешности вуза можно было бы судить по востребованности выпускников у работодателей [5].

Безусловно и однозначно объективным фактором оценки работы ведущих российских вузов является востребованность их выпускников на мировом рынке научного труда, в ведущих университетах Европы и Америки, в крупнейших научных центрах и корпорациях. Это значит, что совсем неплохо учат в университетах России! Разве возможно, чтобы это были выпускники из третьей, или четвертой сотни университетов, по версии сложившихся мировых рейтинговых систем? Согласно неправительственным источникам, только «за первую половину 90-х годов из страны выехало не менее 80 тысяч ученых, а прямые потери бюджета от этого составили не менее 60 млрд. долл.» (Российский фонд фундаментальных исследований).

Если бы те специалисты, которые выехали за границу начиная с 70-х годов, готовились в университетах США и Западной Европы, то на их подготовку пришлось бы потратить более 1 трлн долл. [6]. Согласно данным фонда «Открытая экономика», отъезд российских ученых за рубеж не только не уменьшается, но существенно возрос за последние годы, при этом расширяется география оттока. Причины утечки мозгов общеизвестны и банальны: низкий уровень оплаты труда; неудовлетворительная материально-техническая и приборная база; низкий престиж статуса ученого в России; научный и материальный успех за рубежом многих ученых, покинувших Россию; бюрократизм и волокита в своей стране, блокирующие возможность продуктивного и эффективного труда.

Очевидно, что рейтинги несовершенны и, во многом, необъективны, или это мы не можем достойно представить свою работу на международном уровне. Министр образования и науки РФ Дмитрий Ливанов не исключает возможности создания российского международного рейтинга ведущих вузов: «В любом случае, рейтингами должны заниматься не власти и не министерства, а представители общественных организаций и СМИ. Если такой рейтинг появится, мы с интересом его изучим. Я не исключаю, что он может быть создан» (РИА НОВОСТИ март 2013). Министр считает, что образовательные рейтинги — это лишь один из множества показателей успешности вузов. Он раскритиковал Российскую академию наук, подчеркнув, что академия стареет, не поддерживает молодежь, слишком закрыта и нуждается в реформах: «Ясно, что в РАН науке живется плохо и нам альтернативно нужны научно-исследовательские университеты, как в США» [7].

Система образования в россии и сша

Достоинства университетского образования и науки в США существенны. Прежде всего, это сильная материальная база, а также быт ученых и студентов в Университетских городках. Это делает Американские Университеты весьма привлекательными для студентов и ученых всего мира. Только наиболее талантливые и активные из них добиваются права там работать и учиться. Университеты существуют за счет государственных субсидий, денежных поступлений от студентов и пожертвований частных лиц. Благодаря оптимальной государственной политике поддерживаются важнейшие научные направления в области исследования космоса, сельского хозяйства, медицины, молекулярной биологии, экологии. Создаются различные фонды, которые формируют приоритетные направления и программы, в рамках которых ученые на конкурсной основе получают финансовую поддержку своих исследований. Не последнюю роль в поддержке университетской науки играют и крупные частные фирмы, и Транснациональные Корпорации — ТНК, штаб квартиры которых базируются в США.

Из отрицательных моментов можно выделить отсутствие стабильности, которое не позволяет американским ученым длительное время сосредоточиться на одном направлении. Почти все они находятся в состоянии постоянного поиска научных грантов, на что уходит иногда большая часть времени. Кроме того, большинство ученых (за исключением full professor) не имеют постоянного места работы, что еще больше делает их зависимыми от обстоятельств. В США относительно слабо развиваются фундаментальные направления в науке, равно как и в образовательном процессе довольно слабо поставлено систематическое образование по основным естественнонаучным дисциплинам.

Этот пробел в американской науке восполняется благодаря постоянным вливаниям иностранных специалистов, не в последнюю очередь русских. В американских лабораториях люди довольно сильно подвержены индивидуализму, что диаметрально противоположно российским научным традициям. Заметим, что в решении крупных исследовательских проблем работа слаженного научного коллектива более эффективна, чем атомизированные ученые.

В отличие от бытующего мнения, университеты США отнюдь не являются основой американского сектора Исследований и Разработок — ИиР. Для США действительно характерна значительная степень совмещения сферы гражданских ИиР с системой высшего образования. Вузовская система США является основным работодателем соответствующим образом подготовленных кадров. Этим научно-образовательный комплекс Америки действительно существенным образом отличается от своего российского аналога, в рамках которого подавляющая масса кадрового состава сферы ИиР по-прежнему остается сосредоточенной в системе специализированных научно-исследовательских институтов, как в системе РАН, так и в отраслевой науке.

Если же вести речь о функциональном вкладе вузовского сектора в общий массив американских ИиР, то от общей суммы в 400,5 млрд долл. вузами было выполнено в 2009 г. (в стоимостном выражении) всего лишь 13,6% всех работ в этой сфере. В рамках американской сферы ИиР, помимо университетов, есть и другие немаловажные компоненты. Структура сферы ИиР в США достаточно сложна, но следует обратить особое внимание на наличие в ней таких мощных сегментов, как индустриально-корпоративный сектор — ИКС и система национальных лабораторий и институтов — НЛиИ. Если первый представляет собой аналог советской отраслевой науки, то вторая в значительной степени воспроизводит академическую систему.

Сфера ИиР США характеризуется отсутствием «центрального», «ведущего» сектора. На роль последнего не могут претендовать ни университеты, ни федеральная наука, ни корпоративный бизнес. Все три сектора равно важны, они дополняют друг друга. Следует, конечно, иметь в виду, что корпоративный сектор в 2009 г. выполнил (в стоимостном выражении) 70,5% всех работ в сфере ИиР, что составило примерно 282,4 млрд долл. Однако огромная диспропорция в пользу разработок (чуть более 80% в рамках сектора) не дает возможности признать за ИКС роль однозначного локомотива всей сферы ИиР. В целом в американской сфере ИиР прослеживается устойчивая тенденция к разделению труда и обязанностей (см. табл.).

Это разделение наиболее ярким образом проявляет себя при сравнении затрат на ИиР в рамках вузовского и индустриально-корпоративного секторов [8].

Функциональные сегменты (по горизонтали таблицы): ФИ — фундаментальные исследования; ПИ — прикладные исследования; Разр — разработки.

Институциональные сектора и характер работ (по вертикали таблицы):

U & C (University & Colleges) — университеты и колледжи.

Fed/Gov. (Federal Government) — федеральное правительство (федеральный сектор), входят федеральные научно-исследовательские учреждения — национальные лаборатории, институты и центры.

FFRDCs (Federally Funded Research & Development Centers) — финансируемые федеральным правительством центры ИиР, расположенные вне федеральных научно-исследовательских учреждений, но интегрированные, как правило, в структуру университетов и частных корпораций.

Industry — индустрия, корпоративный бизнес.

Non-Profit Organizations — NPO — некоммерческие организации.

Следовательно, американская система ИиР лишь отчасти отлична от советской и российской. В смысле разделения труда по секторам различия существуют, но они не так существенны. Следует особо иметь в виду, что американский научно-образовательный комплекс принципиально избыточен и, соответственно, сверхзатратен. Размер и мощь американской университетской науки, как всей сферы ИиР, тесно связаны с особым местом США в мировой системе разделения труда и их уникальными финансовыми возможностями. Иметь сравнимый по размеру комплекс может сегодня только одна страна, очень серьезно нацеленная на то, чтобы стать великой научно-технологической державой, — это Китай.

В самой Америке ставка на университеты была сделана по той прозаической причине, что к началу Второй мировой войны в США просто не было развитой системы специализированных научных организаций, на которые могли бы сделать ставку правительство и военное ведомство в критической ситуации цейтнота. Американцам пришлось опираться на университеты, потому что они уже физически были к тому времени. Однако взявшись за дело с присущей им рациональностью и масштабностью, американцы, походя, создали из того, что было, самую мощную вузовскую систему в мире.

Данная форма возникла исторически, из доступных ресурсов — точно так же, как исторически, из доступных ресурсов и под влиянием доминирующего среди русских и советских ученых мироощущения возникла еще в 1920—30-х гг. советская отраслевая система научно-исследовательских институтов, которая также была испытана войной и десятилетиями противостояния с Западом.

Каждый работает с тем, что у него есть, и так, как у него лучше получается. Американцы были достаточно рациональны, чтобы позаимствовать советский опыт, дополнив свою систему исследовательских университетов мощной системой национальных лабораторий и институтов. Сказать что лучше, а что хуже нельзя, так как обе структуры показали свою зрелость и самодостаточность на практике.

МГТУ им. Н.Э. Баумана и Массачусетский технологический институт — MIT

Рассмотрим два крупнейших и ведущих мировых учебных центра по подготовке специалистов в реальном секторе национальной и мировой экономики. В России — это Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана — МГТУ (ранее — Московское Императорское Техническое Училище; далее — МВТУ), а в США — Массачусетский технологический институт — MIT (Massachusetts Institute of Technology). Оба научно-учебных центра являются базой в первую очередь для подготовки ведущих кадров в ракетно-космических отраслях своих стран. Недаром главными конструкторами ракетостроения в России и США являлись **доктора технических наук: в России — Сергей Павлович Королев; в США — Вернер фон Браун.** Два Человека-Титана — основоположники технического ренессанса XX века, осуществили научный и культурный прорыв в Космос. В память о них и их свершениях давно следовало сделать 12 апреля — дата первого полета Человека в Космос — международным праздником всего Человечества.

МГТУ — исторически первый и крупнейший в России учебно-научный технический центр. В 1830 году император Николай I утвердил «Положение о Ремесленном учебном заведении» — с этого момента и ведет свое летоисчисление нынешний Университет. Диплом МГТУ традиционно признается за рубежом. Вуз получил награду «Европейское качество» за стремление достичь высокого качества образовательных услуг в соответствии с международными стандартами. МГТУ является головным вузом Ассоциации технических университетов, в состав которой входят более 130 российских университетов. Выпускники МГТУ наиболее востребованы в крупнейших российских и мировых компаниях. Здесь ведется подготовка по 70 уникальным специальностям. В Университете учится около 20 000 студентов, задействовано свыше 4500 профессоров и преподавателей, среди которых 450 докторов наук и 3000 кандидатов наук. Более 150 сотрудников лауреаты Ленинской и Государственных премий и премий Президента России.

За время существования МГТУ в нем подготовлено свыше 200 000 научных работников и инженеров для важнейших отраслей реального сектора экономики России. В МГТУ преподавали такие ученые, как Сергей Иванович Вавилов, Николай Егорович Жуковский, Сергей Алексеевич Чаплыгин. МВТУ окончили: 10 летчиков-космонавтов, Сергей Павлович Королев, Андрей Николаевич Туполев, Павел Осипович Сухой, Семен Алексеевич Лавочкин и многие другие выдающиеся деятели науки и техники, создавшие инновационные аппараты, машины и технологии, определившие приоритетное положение России среди наиболее развитых стран мира.

Подготовка специалистов в МГТУ основана на принципах, сочетающих передовые методы фундаментального университетского и инженерно-технического образования. Высокое качество подготовки определяется интеграцией науки, образования и инновационной деятельности, которая обеспечивается традициями вуза, проведением совместных НИОКР (научно-исследовательские и окончательные конструкторские разработки) с предприятиями, привлечением к проведению учебного процесса ведущих сотрудников науки и промышленности. Так, основными структурными единицами МГТУ являются научно-учебные комплексы — НУК, объединяющие факультеты и научно-исследовательские институты МГТУ по направлениям деятельности. МГТУ насчитывает пять специальных факультетов на предприятиях и НИИ ракетно-космического комплекса, студенты которых проходят цикл обучения на предприятиях и по учебным планам МГТУ.

Массачусетский технологический институт — MIT — университет и исследовательский центр, расположенный в Кембридже, штат Массачусетс, США. Одно из самых престижных технических учебных заведений США и мира. Имеет 32 подразделения. Основан в 1862 году. Поток составляет около 6500 студентов и 4400 аспирантов. MIT занимает лидирующие позиции в престижных рейтингах университетов мира, является новатором в областях ракетостроения, робототехники и искусственного интеллекта. 77 членов университетского сообщества MIT являются лауреатами Нобелевской премии — это мировой рекордный показатель для вузов. MIT исторически связан с Россией, так как прототипом его создания, в определенной степени, послужила российская школа инженерного образования, возникшая в Московском Императорском техническом училище в 1830 году — за 32 года до основания MIT.

Оба вуза являются безусловными мировыми лидерами в научно-образовательном процессе. Однако MIT занимает первое место в мировых оценочных рейтингах, а МГТУ числится даже не в первой сотне. Явную несправедливость самое время исправлять. И Россия уже делает многое для оптимального решения данного вопроса.

Фонд «Сколково» и MIT создали Сколковский институт науки и технологий

Первым в России научно-образовательным университетом нового типа должен стать Инновационный центр «Сколково» (Русская Кремниевая долина, строящийся в Подмосковье. Это современный научно-технологический инновационный комплекс по разработке и коммерциализации новых технологий, первый в постсоветское время в России строящийся «с нуля» наукоград. 26 октября 2011 года Фонд «Сколково» и Массачусетский технологический институт подписали итоговое трехлетнее соглашение о сотрудничестве по программе создания Сколковского института науки и технологий — «Сколтех». Фонд «Сколково» и MIT совместно работают над созданием новой модели учреждения последипломного образования и исследовательского центра в области науки и технологий. Возможно, что университет именно такого типа, может занять со временем подобающую позицию в мировых университетских рейтингах и станет примером для традиционных российских вузов. [9].

Обучение и исследовательская деятельность в Сколковском институте науки и технологий будут сконцентрированы вокруг решения междисциплинарных технологических задач, а не вокруг традиционных академических дисциплин. Важнейшим элементом «Сколтеха» станет Центр предпринимательства и инноваций — ЦПИ, в котором будут осуществляться, как теоретические исследования и обучение в области инноваций и предпринимательства, так и практическая предпринимательская и инновационная деятельность по прикладному использованию результатов, полученных в «Сколтехе». Первым президентом «Сколтеха» назначен Эдвард Кроули (Edward F. Crawley) — профессор аэронавтики, астронавтики и инженерных систем MIT.

И в дополнении к стратегическим задачам еще раз о том, что можно и нужно делать сейчас, практически без затрат, — о научных публикациях. Общим целевым индикатором для российской науки в целом и ее вузовского сегмента в частности является увеличение к 2015 году доли публикаций российских исследователей в общем количестве публикаций в мировых научных журналах, индексируемых в базе данных Web of Science, до 2,44%. В 2010 году удельный вес составил 1,7% или 29,2 тысяч работ. При сохранении темпов роста общемирового потока публикаций, составляющем порядка 10% в год, к 2015 году общее количество российских публикаций в журналах Web of Science должно будет составить 67 тысяч, что эквивалентно, двукратному увеличению публикационной активности по сравнению с 2010 годом [10]. Представленные выше наукометрические оценки, с количеством публикаций и цитирования, имеют большее значение для образовательного и научного процесса, и повышения рейтингового статуса наших университетов.

На фоне глобальных задач, требующих немедленного решения, следует упомянуть, что и внутренние кадровые проблемы российской высшей школы требуют оптимальных и своевременных действий. Итак, об одном, с виду небольшом, но существенном явлении последних лет в практике работы ряда российских университетов — об утрачивании преемственности. В период снижения притока студентов и педагогической нагрузки из-за демографического провала после наступления, де-юре пенсионного возраста с преподавателем вуза заключают контракт только на один год, нередко с половинным урезанием ставки.

Эта практика превращает преподавателя в бесперспективного временщика, который в силу предложенных обстоятельств считает себя несправедливо обделенным, что неблагоприятно влияет на качество учебного процесса. Молодежь, как правило, работает с полноценной нагрузкой на одной кафедре, на полставки на другой, а порой третьей, и еще может прихватить заведование чем-то административным. Налицо дискриминация сотрудников по возрастному признаку. Причем, речь идет о самых квалифицированных, здоровых и опытных кадрах,

которые и преподают отменно и публикуются активно и должны быть рядом с молодежью и системно передавать ей наработанный опыт. Возникает внутривузовский кадровый возрастной конфликт — возраст и опыт против молодости и перспективности. Возник даже некий кофликтный слоган, в котором обе стороны безжалостны друг к другу: «Старый преподаватель — нафталин, молодой — моль». Думаю, что ни то ни другое не есть правда, но разногласия он выявляет. Оптимизировать сочетание опыта и молодости — старинная русская забава, но особо актуальна она сегодня.

Заключение

В результате проведенного экспресс исследования, можно предложить некоторые рекомендации по совершенствованию учебного и научного процесса для выведения российских вузов на более высокие позиции в мировых рейтингах, учитывая то, что в их оценочных показателях существенное место занимает конкретная научная деятельность университетов. Эволюционная модернизация и оптимальный микс университетской науки и образовательной компоненты могут быть осуществлены уже сегодня, что позволит получить значительный положительный научно-образовательный эффект и повысить рейтинговую статусность российских университетов. Для этого необходимо осуществить:

1. Проведение серий оптимальных вузовских слияний и поглощений с целью формирования крупных образовательных центров, которые должны стать конкурентоспособными на мировом рынке высшего профессионального образования, а также в сфере Исследований и Разработок.

2. Эволюционное присоединение к вузам отдельных корпоративных и отраслевых НИИ, а также некоторых научных организаций РАН и отраслевых академий наук, которые смогут также стать соучредителями патронируемых вузов и помогут поднять университетскую научную составляющую на соответствующий уровень.

3. Масштабные государственные программы и проекты по целевому интенсивному развитию 5-7 ведущих вузов России, которые в рейтинговом противостоянии смогут на равных конкурировать с передовыми Университетами США, Западной Европы и Китая.

4. Активную работу по увеличению объема и качества публикаций сотрудников Вузов, и не только в российских ВАКовских изданиях, но и за рубежом, в научных изданиях особо учитываемых в международных рейтинговых оценках и цитируемых.

5. Системное сотрудничество со всеми задействованными в этой работе подразделениями ООН и, особенно, ЮНЕСКО, по продвижению своих идей и механизмов в создании новых международных рейтингов под эгидой ООН.

И самое главное! Все перечисленное выше, по существу — приспособление к сложившимся, без нашего участия, международным рейтингам. Очевидно, что проблема создания Россией своего международного рейтинга — задача архиважная, архисложная, но давно перезревшая. Наш рейтинг должен состояться на максимально выгодных для сложившейся у нас системы высшего образования. Стесняться и миндальничать здесь не место и не время, потому что так поступают все составители, и это естественно.

Мы должны предложить оптимальные условия, выгодно представляющие наши сильные стороны в образовательном процессе. Работу необходимо сделать как можно быстрее, и в ней должны принять участие все заинтересованные субъекты — носители действия: Правительство РФ, Министерство образования и науки, Министерство иностранных дДел, Российский Союз ректоров, Академия наук, корпоративная и отраслевая наука, промышленность, информационные агентства и средства массовой информации. Ведущие российские университеты и вузы должны получать адекватные, соответствующие их потенциалу по праву высокие мировые рейтинговые оценки.

Литература

1. Волкова А. РБК РЕЙТИНГ //http://rating.rbc.ru/ article.shtml. 2012/10/09/33787080.

2. UNESCO debates uses and misuses of rankings. — May, 2011. — http://www.universityworldnews.com/article.php?story=20110521105752138.

3. Rankings methodology: experts recognise these as the best // Top universities by reputation 2013.

4. Шанхайский рейтинг международных вузов. // www.strf.ru // 9.01.12.

5. В России разрабатывается свой вариант международного рейтинга вузов // Comnews.ru//11.10.2012.

6. *Максим Киреев.* Исход ученых умов // Der Spiegel 08.10.2010.

7. *Борисова А.* Российская Fкадемия Наук нуждается в реформах // отдел «Наука» «Газеты.Ru», 06.07.2012., http://www.gazeta.ru/ science/blogs/borisova/b_4735277.shtml.

8. Университетский сектор США и российские реформы в сфере науки и высшего образования // Капитал страны. Федеральное интернет-издание // http://ksru.net/articles/article/219702.

9. «Фонд «Сколково» и Массачусетский технологический институт — MIT создадут Сколковский институт науки и технологий. 26.10.2011 // i-Gorod.com // i-Gorod.com // BZZN.ru: http://www.bzzn.ru/main/news/one/1845.

10. Наука в вузах: стратегические альтернативы // Торгово-промышленные ведомости, издание ТПП, 15 ноября 2012 г. http://tpp-inform.ru/analytic_journal/2908.html99.

11. *Комаров В.В.* Инновации в сельскохозяйственном вузе// Вестник кадровой политики, аграрного образования и инноваций. — 2010. — № 2. — С. 34—36.

12. *Комаров В.В.* Цели развития тысячелетия // ALMA MATER — Вестник Высшей Школы. — 2010. — № 8. — С. 70—76.

13. *Комаров В.В. Литвина Н.И.* Современная экономика и образование // Экономика образования. — 2011. — №6 (67). — С. 90—99.

Платное образование в вузах РФ: объемы, перспективы, направления развития

Таточенко И.,
к.т.н., доцент кафедры материаловедения,
Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского

Таточенко А.,
к.т.н., доцент кафедры маркетинга и экономики предприятий,
Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского

Авторами статьи проанализированы особенности привлечения платных студентов на программы высшего профессионального образования. Выявлены перспективы и направления развития платного образования в России.

Ключевые слова: **платное образование, образовательные услуги, рынок образовательных услуг.**

Paid in Higher Education of the Russian Federation: the volumes, prospects, development directions

Tatochenko I.,
Ph.D., associate professor of Department of Materials Science, Moscow State University of Technologies and Management named after K.G. Razumovskiy

Tatochenko A.,
Ph.D., associate professor of marketing and business economics, Moscow State University of Technologies and Management named after K.G. Razumovskiy

The author of the article analyzes the features to attract fee-paying students in the programs of higher education. Identified prospects and directions of development of commercial education in Russia.

Keywords: **paid education, educational services, educational services market.**

Современное состояние российской экономики, вступившей на рыночный путь, характеризуется относительно слабым развитием производящих и обрабатывающих отраслей промышленности. Техническое наследие бывшего СССР, растащенное по частным владельцам на этапе приватизации, не обновлявшееся в течение 2-х десятилетий, в основном неконкурентоспособно на современном мировом уровне. Целые отрасли — как текстильная, дающая вклад в ВВП менее 0,3% (что сравнимо с погрешностью определения параметра), — исключены из ежегодных отчетов Росстата. Устойчивый рост демонстрируют добывающие отрасли — нефтяная и газовая, а по производящим положительная динамика отмечается только в пищевой и отчасти — в строительной промышленности. Намечающееся в последние годы возрождение производящих отраслей — в первую очередь,

Таблица 1

Количество вузов РФ

№ п/п	Год	Число государственных и муниципальных вузов, ед.	Динамика, %/год	Число негосударственных и частных вузов, ед.	Динамика, %/год	Общее число вузов, ед.	Динамика, %/год	Отношение негосударственных вузов к государственным, %	Динамика, %/год
1	1990	514	-----	0	-----	514	-----	0	-----
2	1995	569	+2	193	-----	762	+10	34	-----
3	2000	607	+1	358	+15	965	+5	59	+15
4	2002	627	+2	380	+3	1007	+2	61	+1,5
5	2005	655	+1	413	+3	1068	+2	63	+1
6	2006	660	+1	430	+4	1090	+2	65	+3
7	2007	658	-1	450	+1	1108	+0,2	68	+5
8	2008	660	0	474	+5	1134	+2	72	+6
9	2009	662	0	452	-5	1114	-2	68	-5
10	2010	653	-1	462	+2	1115	0	71	+4
11	2011	634	-3	446	-3	1080	-3	70	-1
12	2012	609	-4	437	-2	1046	-3	72	+3

для обеспечения потребностей обороны страны — процесс длительный, и его результаты скажутся лишь в долговременной перспективе. Поставленная же Президентом РФ В.В.Путиным амбициозная задача создания 25 млн современных рабочих мест, обеспеченных достойной заработной платой, должна решаться незамедлительно. Другая сторона проблемы заключается в том, что новая экономика России должна быть наукоемкой, широко использующей инновационные разработки. Для этого необходимо обеспечить ее высококвалифицированными и компетентными кадрами, что невозможно без качественного профессионального образования. Вместе с тем образовательные услуги — область приложения знаний, навыков и опыта для значительного количества достаточно высокообразованной прослойки общества, т.е. их (услуг) развитие напрямую связано с созданием рабочих мест.

МГУТУ им. К.Г. Разумовского, организованный более полувека тому назад как ведущий заочный вуз пищевой отрасли, за последнее десятилетие существенно расширил поле своей деятельности. Университет открыл новые специальности и направления подготовки, ставшие необходимыми при вхождении в рыночную экономику — юриспруденцию (для правовой поддержки пищевого и ресторанного бизнеса), дизайн (для обеспечения производимой продукции броской и запоминающейся упаковкой)

Таблица 2

Численность студентов вузов РФ

№ п/п	Год	Число студентов государственных и муниципальных вузов, тыс. чел.	Динамика, %/год	Число студентов негосударственных и частных вузов, тыс. чел.	Динамика, %/год	Общее число студентов вузов, тыс. чел.	Динамика, %/год	Отношение числа студентов негосударственных вузов к государственным, %	Динамика, %/год
1	1990	2824,5	-----	0	-----	2824,5	-----	-----	-----
2	1995	2655,2	-1	135,5	-----	2790,7	-0,2	5	-----
3	2000	4270,8	+12	470,6	-----	4741,4	+14	11	+24
4	2005	5985,3	+8	1079,3	+26	7064,6	+10	18	+13
5	2006	6133,1	+2	1176,8	+9	7309,8	+3	19	+5
6	2007	6208,4	+1	1252,9	+6	7461,3	+2	20	+5
7	2008	6214,8	0	1298,3	+4	7513,1	+1	21	+5
8	2009	6135,6	-1	1283,3	-1	7418,8	-1	21	0
9	2010	5848,7	-5	1201,1	-6	7049,8	-5	20	-5
10	2011	5453,9	-7	1036,1	-14	6490,0	-8	19	-5
11	2012	5143,8	-6	930,1	-10	6073,9	-7	18	-5

Таблица 3

Соотношение платного и бюджетного контингента студентов

№ п/п	Год	Число студентов госвузов, обучающихся на бюджетной основе, тыс. чел.	То же самое на внебюджетной основе, тыс. чел.	Отношение платного контингента госвузов к бюджетному, %	Динамика, %/год	Общее число студентов платной формы обучения (с учетом негосударственных вузов), тыс. чел	Общее отношение платного контингента к бюджетному, %	Динамика, %/год
1	2000	2885,0	1368,0	47	-----	1737.0	60	-----
2	2002	2956,0	2068,0	70	+24	2732,0	92	+27
3	2005	3261,9	2723,4	83	+19	3802,7	116	+26
4	2006	3226,3	2906,8	90	+9	4083,6	140	+21
5	2007	3166,2	3042,2	96	+7	4295,1	136	-3
6	2008	3158,6	3056,2	97	+1	4354,5	138	+1
7	2009	3067,6	3067,9	100	+3	4351,2	142	+3
8	2010	2965,6	2883,1	97	-3	4084,2	138	-3
9	2011	2736,6	2717.3	99	+2	3753,4	137	-1
10	2012	2645,3	2498,5	94	-5	3428,6	130	-5

и т.д. В 2012 году в состав МГУТУ им. К.Г. Разумовского влился Институт текстильной и легкой промышленности (бывший ГОУ ВПО РосЗИТЛП), что открывает перед университетом новые перспективы развития. Широкий спектр направлений подготовки и высокая квалификация профессорско-преподавательского состава (ППС) МГУТУ определяют высокий уровень спроса на обучение в университете, в том числе и на местах, не финансируемых из госбюджета.

Ежегодный объем платных образовательных услуг составляет сотни миллионов рублей, что позволяет существенно повысить зарплату ППС (по данным октября 2012 г. — 44,5 тыс. руб. в среднем по университету, при госбюджетном финансировании ставки доцента около 14 тыс. руб. в месяц).

Таким образом, образовательные услуги являются на современном этапе важной составляющей развития российской экономики. Характерно, что в отличие от прочих данная область деятельности не требует объемных капитальных затрат (практически все образовательные учреждения имеют достаточное количество площадей для проведения учебного процесса и неплохо оснащены технически). Представляет интерес общая количественная оценка современного рынка образовательных услуг РФ, точнее — его сегмента, связанного с высшим профессиональным образованием (ВПО).

Таблица 4

Численность студентов по формам обучения

№ п/п	Год	Численность студентов государственных и муниципальных вузов ОФО/ВФО/ЗФО, тыс. чел.			То же самое в долях от общей численности, %			Численность студентов негосударственных и частных вузов ОФО/ВФО/ЗФО, тыс. чел.			То же самое в долях от общей численности, %		
1	1990	1647,7	284,5	892,3	58	10	32	0	0	0	-----	-----	-----
2	1995	1699,9	160,6	794,6	64	6	30	52,7	14.2	68,6	39	10	51
3	2000	2441,9	258,6	1518,8	57	6	36	183,3	43,6	243,0	39	9	52
4	2005	3195,2	299,9	2348,3	53	5	39	312,8	71,3	683,7	29	7	63
5	2006	3251,2	291,3	2443,2	53	5	40	330,9	81,0	752,7	28	7	64
6	2007	3240,7	280,4	2532,4	52	5	41	330,6	72,4	835,5	26	6	67
7	2008	3152,8	269,4	2636,9	51	4	42	304,4	74,3	903,9	23	6	70
8	2009	3017,4	253,1	2710,3	49	4	44	262,6	70,5	928,9	20	6	72
9	2010	2859,6	236,5	2657,5	49	4	45	214,2	68,2	899,7	18	6	75
10	2011	2687,1	207,4	2486,3	49	4	45	160,5	56,0	803,4	15	5	77
11	2012	2589,0	179,2	2320,3	50	3	45	132,0	50,4	733,0	14	5	79

Таблица 5

Контрольные цифры приема в государственные вузы на бюджетные места

Показатели по годам	1992	1997	2002	2007	2012
КЦ приема на 1-й курс по всем формам обучения, тыс.чел.	614,42	514.91	603,80	529,00	490,75
То же самое, % от показателя 1992 г.	100	84	98	86	80
Динамика показателя, %/год	-----	-3,2	+2,8	-2,4	-1,5
КЦ приема на 1-й курс по ОФО, тыс. чел.	430,10	363,33	402,00	372,00	394,07
То же самое, % от показателя 1992 г.	100	84	93	86	92
Динамика показателя, %/год	-----	-3.2	+1,8	-1,5	+1,3
Доля ОФО в общем бюджетном приеме, %	70	71	67	70	80
То же самое, % от показателя 1992 г.	100	101	96	100	114
Динамика показателя, %/год	-----	+0,2	-0,9	+0,8	+2,8

По последним данным Росстата (март 2013 г.), число вузов РФ продолжает оставаться весьма впечатляющим — свыше 1000 единиц. Подробные данные на начало каждого учебного года представлены в таблице 1.

Приведенные данные позволяют сделать следующие выводы:

1) За истекшие два десятилетия общее число вузов выросло в два раза, в основном за счет негосударственных (НОУ ВПО). Число госвузов с 1990 г. увеличилось всего на 18%. С распадом СССР и вхождением РФ в рынок появляются первые частные вузы, число которых к 1995 г. достигло 193 и к настоящему времени превышает начальный показатель почти в 2,3 раза.

2) Устойчивый рост числа учебных заведений обеих форм собственности отмечался в 1995—2006 гг., причем показатель роста для НОУ ВПО был в 2—3 раза выше, чем для госвузов. После 2006 г. рост числа НОУ ВПО продолжился до 2008 г., после чего начался обратный процесс (судя по всему, как следствие мирового экономического кризиса, докатившегося до нас). Количество госвузов оставалось стабильным до 2011г ., пока инициированная Минобрнауки реорганизация не запустила механизм их сокращения, тем не менее этот показатель пока не катастрофичен и составляет всего около 3% в год.

3) Соотношение числа НОУ ВПО к числу госвузов стабилизировалось и составляет около 70% в течение более чем 5 лет. С учетом примерно равного ежегодного уменьшения числа тех и других можно предположить, что в ближайшие годы существующая пропорция сохранится.

Далее необходимо оценить количество учащихся в вузах различных форм собственнрсти. Соответствующие материалы по данным Росстата представлены в таблице 2.

Табличные материалы свидетельствуют о следующем:

1) Общая численность студентов вузов в рассматриваемый период увеличилась в 2,15 раза и превышает в настоящее время 6,073 млн. чел. Абсолютный максимум показателя (7,513 млн чел.) был достигнут в 2008 г., до этого рубежа отмечался рост, после него — снижение. Характерно, что и на участках роста, и снижения темпы изменения показателя для НОУ ВПО были существенно выше, чем для госвузов.

2) Количество обучающихся в государственных учебных заведениях наиболее ощутимо росло в периодах 1995—2000 и 2000—2005 (ежегодный прирост 12 и 8% соответственно), с 2006 по 2009 г. оставалось стабильным (около 6,130 млн чел.), а начиная с 2010 г. отмечается ежегодное 6%-ное снижение показателя. Тем не менее, по сравнению с 1990 г. нынешнее число студентов госвузов (более 5, 143 млн чел.) выросло более чем на 80%.

3) Студенты НОУ ВПО в количестве более 930 тыс. чел. составляют около 18% от числа студентов госвузов. Интересно, что на протяжении значительного промежутка времени (2005—2012 гг.) данное соотношение остается примерно одинаковым, несмотря на значительные колебания контингента обучающихся как в сторону роста, так и падения.

4) В среднем на каждый государственный вуз в настоящее время приходится по 8,45 тыс. студентов, а на НОУ ВПО — по 2,13 тыс., т.е. практически в 4 раза меньше. Проводимая Минобрнауки политика декларирует наличие в подведомственных вузах контингента от 20 тыс. учащихся, откуда легко заключить, что в процессе реорганизации будут сохранены не более 45% существующих госвузов. Таким образом, в среднесрочной перспективе (к 2018—2020 гг.) НОУ ВПО могут выравняться по числу с госвузами и даже превзойти их.

Отмеченное выше уменьшение контингента НОУ ВПО объясняется кризисными явлениями (недостатком у населения свободных денежных средств на оплату учебы). По госвузам причина не столь очевидна, т. к. студенты в них обучаются как за счет средств госбюджета, так и на внебюджетной (платной) основе. Снижение численности учащихся может происходить, помимо финансовых сложностей, также за счет снижения контрольных цифр (КЦ) бюджетного приема на обучение. Данные по

Таблица 6

Штат преподавателей, обеспечивающий учебный процесс для студентов-платников

№ п/п	Показатель	ОФО	ВФО	ЗФО	Итого
1	Число ставок ППС в госвузах, необходимое для обеспечения учебного процесса для студентов-платников , тыс. ед.	125.44	5,79	32,11	163,34
2	То же самое, %	77	3	20	100
3	Число ставок ППС в НОУ ВПО, необходимое для обеспечения учебного процесса для студентов-платников, тыс. ед.	13.20	3,36	20,94	37,50
4	То же самое, %	35	9	56	100
5	Отношение числа ставок ППС в НОУ ВПО к числу ставок в госвузах, %	11	58	65	23
6	Общее число ставок ППС, необходимое для обеспечения учебного процесса длястудентов-платников, тыс. ед.	138,64	9,15	53,05	200,84
7	То же самое, %	69	5	26	100

бюджетному (по информации официального сайта Минобрнауки) и платному контингенту вузов различных форм собственности приведены в таблице 3.

Из табличных данных можно заключить, что в государственных вузах бюджетный и платный контингент практически равны в количественном отношении на протяжении последних 5 лет. Таким образом, платные образовательные услуги — важный компонент деятельности этих учебных заведений. Общее число студентов-платников и в настоящее время превышает число бюджетников в 1,3 раза. В пиковый период (2006—2009 гг.) это значение доходило до 1,4. Характерно, что наиболее интенсивно данный показатель рос в 2002—2005 гг., в т. н. «благополучные нулевые» годы. В ближайшее время общее число студентов-платников по-прежнему останется преобладающим, с учетом того, что Минобрнауки последовательно снижает КЦ приема в госвузы (о чем речь пойдет далее).

Представляет интерес распределение контингента студентов по формам обучения — очной (ОФО), вечерней (ВФО) и заочной (ЗФО). Соответствующие данные представлены в таблице 4.

Структура студенческого контингента претерпела в истекшие два десятилетия существенные изменения. Начиная с 2000 г. появляется экстернат как форма получения ВПО (именно поэтому суммы процентных долей в таблице иногда отличаются от 100), но его доля очень невелика и не превосходит 2%. Существенным и стабильным оказался рост числа обучающихся по ЗФО. Если в 1995 г. заочники составляли примерно треть от общего числа студентов в государственных вузах и половину — в негосударственных, то в 2012 г. — 45 и 79% соответственно. (рост относительной численности в 1,5 раза в обоих случаях). Опережающее развитие ЗФО получило негативную оценку Минобрнауки, однако следует отметить, что именно на эту форму обучения делают ставку негосударственные вузы в своей конкурентной борьбе с государственными (причины этого явления предстоит выяснить).

Доля обучающихся по ВФО существенно снизилась как по госвузам, так и по НОУ ВПО, но она никогда не превышала 10% ни в тех, ни в других. Студенты ОФО незначительно уменьшили свою долю присутствия в госвузах (менее чем на 15% в относительных единицах — с 58 до 50%), а в НОУ ВПО данный показатель снизился почти втрое (с 39 до 14%). Общая картина распределения студентов по формам обучения на 2012 г. выглядит следующим образом: ОФО — 44% (2721,0 тыс. чел.), ВФО — 4% (229,6 тыс. чел.), ЗФО — 51% (3053,3 тыс. чел.), экстернат — 1% (70 тыс. чел.)

Наконец, на этапе предварительного анализа необходимо установить, каковы тенденции бюджетного приема на первые курсы государственных вузов, формируемого на основе КЦ, ежегодно утверждаемых Минобрнауки на основе открытого конкурса. Данные по КЦ приема разных лет представлены в таблице 5.

Из данных таблицы видно, что несмотря на ежегодные заявления высокопоставленных представителей Минобрнауки (2010—2012 гг.) о сохранении приема на уровне предыдущего года, долговременная тенденция уменьшения КЦ устойчива и уже привела к 20%-ному снижению показателя. Это влечет за собой уменьшение числа обучающихся за счет госбюджета. Министром образования и науки озвучивалась идея 50%-ного сокращения в ближайшее время бюджетного приема в подведомственные вузы с одновременным двукратным увеличением их финансирования. В среднесрочной перспективе (4—5 лет) это приведет уменьшению вдвое контингента студентов-бюджетников и, как следствие — штатного расписания ППС вузов. Ситуация усугубляется переходом в 2011 г. всех вузов на прием исключительно по направлениям бакалавриата, имеющего нормативный срок обучения (4 года по ОФО), на 1 год меньший по сравнению со специалитетом.

Такое, 20%-ное сокращение срока обучения повлечет пропорциональное уменьшение контингента студентов. Для сохранения преподавательского коллектива в неизменном составе госвузы просто обязаны в предлагаемых

Таблица 7

Объемы внебюджетных средств от обучения платного контингента

№ п/п	Показатель	Государственные и муниципальные вузы	Негосударственные и частные вузы	Всего
1	Условный контингент, приведенный к ОФО, тыс. чел.	1224	371	1595
2	Стоимость обучения, тыс. руб./ год	125	84	-----
3	Объем привлекаемых финансовых средств, млрд. руб. / год	153,0	31,2	184,2
4	То же самое, в расчете на один вуз, млн. руб. / год	251,2	71,4	176,1
5	То же самое, в расчете на одну ставку ППС, тыс. руб. / год	936,7	832,0	917,1

обстоятельствах увеличивать прием платного контингента. Другой важной особенностью формирования КЦ является наращивание в последние 5 лет доли приема по ОФО, достигшей в 2012 году 80% (рост в относительных единицах составил 14%). Ставка на обучение за счет средств госбюджета в основном студентов-очников — продуманная политика Минобрнауки, обоснованно сомневающегося в возможности подготовки грамотного специалиста по ЗФО с максимальным годовым объемом аудиторной работы в 200 часов.

Оценим далее в первом приближении основные количественные показатели, характеризующие описанные выше явления, а именно:

1) количество рабочих мест для ППС, создаваемых за счет подготовки студентов-платников; 2) объемы денежных средств, привлекаемых ежегодно за счет оказания платных образовательных услуг.

На основании действующих норм кадрового обеспечения учебного процесса в вузах (1 ставка ППС на 10 студентов ОФО, или на 15 — ВФО, или на 35 — ЗФО) и данных таблицы 4 рассчитаем число ставок ППС, необходимых для организации занятий с платным контингентом. Следует отметить, что данный расчет делается в предположении, что структура бюджетного и платного контингента госвузов примерно однородна по формам обучения, а также с учетом того, что численность платников госвузов составляет 94% от численности бюджетников (см. табл. 3).

Как видно из табличных материалов, платный контингент в целом способен создавать (и фактически создает) весьма значительное количество рабочих мест для преподавателей. В госвузах наибольшее число ставок необходимо для обеспечения учебного процесса по ОФО, в негосударственных — по ЗФО. Хотя доля ППС, занятого на обеспечении учебы вечерников, невелика для всех вузов, обращает на себя внимание тот факт, что в НОУ ВПО данный показатель в относительных единицах имеет втрое большее значение.

Также следует отметить, что пока негосударственные вузы существенно уступают государственным в численности штата ППС. С учетом того, что в госвузах наряду с платным обучается бюджетный контингент, число ставок ППС, обеспечивающее проведение учебного процесса, должно быть увеличено с 163,34 до 374,60 тыс. ед. Штат ППС НОУ ВПО составляет всего 10% от этого количества. Отсюда следует важный вывод — руководство негосударственных вузов на настоящий момент может не заботиться о формировании постоянного штата преподавателей. Для обеспечения работы им достаточно привлечь в качестве совместителей менее четверти ППС госвузов на 0,5 ставки, что легко сделать по двум причинам: 1) в любом городе, имеющем НОУ ВПО, обязательно найдется хотя бы один государственный вуз, 2) зарплаты в госвузах пока еще не обеспечивают достойного уровня жизни, и преподаватели активно ищут подработки.

Оценку финансовых средств, получаемых вузами за счет оказания платных образовательных услуг, можно провести лишь по косвенным признакам. Причиной этого является отсутствие официальной статистики по стоимости обучения во всех вузах по всему спектру специальностей. Даже если информация такого рода размещалась бы в полном объеме на сайтах учебных заведений, обобщение было бы крайне затруднительным ввиду ее колоссального объема. Для оценки воспользуемся официальными данными Минобрнауки о финансировании госвузов различной ведомственной принадлежности в 2012 году.

Согласно ведомственной справке вузы федерального подчинения (относящиеся к Минобрнауки, Минтрансспорту, Минатому, Минюсту, Минздравсоцразвития и т. д.), общим числом 551, получили финансирование из госбюджета суммарным объемом 265 872 млрд. руб. (в среднем — 482 526 млн руб. на один вуз), в т.ч. на выплаты персоналу — 140 593 млн руб. (53% от полного объема финансирования). При этом вузы, подведомственные Минобрнауки (334) были профинансированы в объеме 176 045 млрд руб. В последние 5 лет на вузы данной группы приходилось около 75% общего планового бюджетного приема (в прошлом году — 351,8 из 490,8 тыс. мест, или 71,7% от КЦ приема-2012, но это — после начатой в 2011 г. реорганизации). Логично предположить, что в ведении министерства находится 75% контингента студентов бюджетной формы обучения. В первом приближении примем, что распределение студенческого контингента по вузам, подчиненным Минобрнауки, не отличается от общего по РФ.

В таком случае в подведомственных министерству вузах обучается 1983,9 тыс. чел., из которых 992,0 тыс. являются очниками, 59,5 тыс. — вечерниками, а 932,4 тыс. получают ВПО по ЗФО (крайне незначительную долю экстерната приплюсовали к заочникам). Приводя бюджетный контингент ВФО и ЗФО к очной форме обучения через потребное количество ставок ППС (см. выше), получим полное число условных студентов — бюджетников ОФО — 1302,3 тыс. чел. Таким образом, на одного студента-очника приходится 135 тыс. бюджетных рублей в год. Данная оценка близка к называвшейся министром образования и науки Д. Ливановым цифре — 125 тыс. руб. в год (разница составляет 8%).

При организации госвузами учебного процесса на платной основе стоимость обучения должна быть сравнимой с объемом бюджетного финансирования — из соображений экономической целесообразности (не представляется правдоподобным, что выделяемые бюджетные средства с избытком удовлетворяют финансовые потребности вузов и внебюджетный контингент может обучаться за меньшие деньги).

Данное предположение подтверждается мониторингом стоимости обучения на направлении 080200 — «Менеджмент» в московских вузах в 2012 году. Согласно проведенной оценке значение показателя составляет порядка 142 тыс. руб. за год очного обучения. При этом следует иметь в виду, что направление 080200 является «срединным», т. е. оно очень широко представлено в вузах РФ (около 70% от их числа работают с данным направлением), и вместе с тем абитуриентский интерес к нему высок, поэтому цена услуги имеет не высокое (юриспруденция, международные отношения) и не низкое (технологии, педагогика) значение. С учетом того, что концентрация вузов в Москве и цены обучения в них выше, чем в прочих регионах, оценка средней стоимости обучения по ОФО 125 тыс. руб. (88% от московского показателя) в год представляется реальной и будет использована нами при дальнейших расчетах. В ходе мониторинга были также определены цены НОУ ВПО г. Москвы на подготовку менеджеров.

Так, год обучения по очной форме стоил в среднем 96 тыс. руб., что составляет 67% от аналогичного показателя для госвузов. Примем в качестве оценки стоимости года учебы в НОУ ВПО по ОФО величину 84 тыс. руб. в год.

Произведем оценку объемов внебюджетных средств, получаемых вузами различных форм собственности от оказания платных образовательных услуг. Расчеты выполним для условно-приведенного к ОФО контингента — таблица 7.

Проделанные расчеты показывают, что вузы получают весьма значительные денежные средства от обучения платного контингента студентов. Так, для госвузов размеры этих средств сопоставимы с объемами бюджетного финансирования. Если принять, что в вузах этой группы около 53% привлекаемых средств расходуется на оплату труда персонала, то на хозяйственные нужды и на развитие остаются весьма значительные суммы — в среднем на один вуз более 117 млн руб. ежегодно. С другой стороны, любая коммерческая деятельность государственного вуза должна быть направлена на повышение размера оплаты труда ППС. С учетом того, что фонд оплаты труда преподавателей составляет около половины общих выплат персоналу (помимо ППС вуз имеет администрацию, учебно-вспомогательный, обслуживающий персонал и пр.), его величина составляет около 26% от удельного объема денежных средств на одну ставку ППС, т. е. 248,2 тыс. руб.

С учетом обязательных выплат в госбюджет (28%) остается 178,7 тыс. руб. в год, или 14,9 тыс. руб. в месяц без учета подоходного налога. Таким образом, за счет этого вида деятельности, зарплата преподавателей госвузов может быть увеличена в среднем примерно на 13 тыс. рублей, что дает для одной ставки доцента около 25 тыс. руб. в месяц. Что касается НОУ ВПО, то в них на зарплату ППС может выделяться до 50% привлекаемых средств, или, после обязательных выплат в госбюджет — 299,5 тыс. руб. в год на одну ставку. Ежемесячно это дает 25 тыс. руб. без вычета подоходного налога, или «чистую» зарплату в размере 22 тыс. руб.

Таким образом, зарплаты преподавателей в государственных и негосударственных вузах являются величинами одного порядка, т. е. в настоящее время НОУ ВПО не могут конкурировать с госвузами в привлечении персонала на постоянную работу. Пока они в состоянии лишь предложить преподавателям подработку в виде совместительства.

Литература

1. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг: методология, теория и практика. — Режим доступа http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/index.htm.

2. Тузова А.А. Маркетинг в сфере образовательных услуг. — Режим доступа http://www.e college.ru/xbooks/xbook150/book/index/index.html?go=index*eabout.htm.

3. Сайт http://www.rbc.ru.

4. Сайт http://labourmarket.ru.

Исследование стоимости обучения по направлению «Менеджмент» (программа высшего профессионального образования) на рынке образовательных услуг Москвы

Таточенко А.,
к.т.н., доцент кафедры маркетинга и экономики предприятий,
Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского

В России отмечается исторически высокий спрос на образовательные услуги, часть из которых оказывается на платной основе. Автором статьи проведен анализ конъюнктуры рынка высшего профессионального образования по направлению «Менеджмент».

Ключевые слова: **образовательная услуга, программы высшего профессионального образования, маркетинг образовательных услуг, рынок образовательных услуг.**

Investigation of cost of training in «Management» (program of higher professional education) in the educational market in Moscow

Tatochenko A.,
Ph.D., associate professor of marketing and business economics,
Moscow State University of Technologies and Management named after K.G. Razumovskiy

In Russia there is a historically high demand for education services, some of which is on a fee basis. The author analyzes the market situation of higher education in the field of «Management.»

Keywords: **educational services, programs of higher education, marketing education services, educational services market.**

Таблица 1.

Стоимость обучения экономистов-менеджеров в вузах Москвы

№ п/п	Высшее учебное заведение г. Москвы	Стоимость обучения в 2012 г., тыс. руб./год			Комментарий
		ОФО	ВФО	ЗФО	
1	Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики (НИУ ВШЭ)	360			
2	Российская экономическая школа (РЭШ) — совместный бакалавриат с НИУ ВШЭ	360			Негосударственный вуз в альянсе с суперуспешным государственным
3	МГИМО (Университет при Министерстве иностранных дел РФ)	346			Вторая позиция в рейтинге РейтОР 2009 г.
4	Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (МГУ)	330-290			Лидер рейтинга РейтОР 2009 г. Цена различна по факультетам
5	Академия народного хозяйства при Правительстве РФ	250			
6	Финансовая академия при Правительстве РФ	От 242			Участник первой десятки рейтинга РейтОР 2009 г.
7	Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ)	233	100	80	
8	Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова	220			Четвертая позиция в рейтинге РейтОР 2009 г.
9	Российский университет дружбы народов (РУДН)	210-185			Цена различна по факультетам
10	Государственный университет при Минфине РФ	170			
11	Государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)	167	98	67	
12	Всероссийская государственная налоговая академия	165			
13	МВТУ им. Н.В. Баумана (Государственный технический университет)	161			Участник первой десятки рейтинга РейтОР 2009 г.
14	Государственный университет управления (МИУ)	150	65	55	Участник первой десятки рейтинга РейтОР 2009 г.
15	Институт международной торговли и права	143	75	68	Негосударственный
16	МИСИС (Государственный технический университет)	140			
17	Московский институт телевидения и радиовещания	120		50	Негосударственный
18	Российский государственный торгово-экономический университет	116	60	52	
19	МИИТ (Государственный университет путей сообщения)	110			
20	Московский государственный университет индустрии туризма им. Ю. Сенкевича	110	62		
21	МАИ (государственный технический университет)	106-98		46,5	Третья позиция в рейтинге РейтОР 2009 г.
22	Российский университет кооперации	100	70	60	
23	Московская академия экономики и права	98	75	45	Негосударственная
24	Московский технический университет связи и информатики	97		49	
25	Московская академия предпринимательства при Правительстве Москвы	96	54	45	Негосударственная
26	Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского	94	65	47	
27	Академия труда и социальных отношений	92	59		

Продолжение таблицы 1

28	Московская финансово-юридическая академия (Университет МФЮА)	89	69	59*-45	Негосударственная
29	Московская открытая социальная академия	88	54	40-25**	Негосударственная
30	Российский государственный строительный университет	86	60		
31	Московский государственный университет (МГУ) им. В.С. Черномырдина	85		45	Название созвучно суперуспешному образовательному бренду — МГУ, лидеру рейтинга РейтОР 2009 г.
32	Московский государственный университет печати им. И. Федорова	84			
33	МСХА им. Тимирязева (Государственный аграрный университет)	84			
34	МИРЭА (Государственный университет электроники и автоматики)	82		32	
35	Российская академия предпринимательства	82	64	52	Негосударственная
36	Международная академия бизнеса и управления	82	56	40	Негосударственная
37	МАМИ (Государственный технический университет)	81	56	56	
38	Московский гуманитарный институт им. Е.Р. Дашковой	80	55	38	Негосударственный
39	Московский экономико-финансовый институт	73	57	51*-39	Негосударственный
40	Московский государственный университет дизайна и технологий	72	52	40	
41	Московский институт государственного управления и права	72	57	54*- 48 — 30**	Негосударственный
42	Военный университет Министерства обороны РФ	От 70		От 55	Участник первой десятки рейтинга РейтОР 2009 г.
43	Московский филиал Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина	70		44	
44	Московский институт управления	70	55	43*-39	Негосударственный, название созвучно известному образовательному бренду — МИУ, входящему в первую десятку рейтинга РейтОР 2009 г.
45	Московский институт банковского дела	70	55	46	Негосударственный
46	Московский университет государственного управления	69	55	55*-40	Негосударственный
47	Московский государственный университет геодезии и картографии	67			
48	Московский социально-экономический институт	66		44	
49	МЭИ (Государственный технический университет)	60			Участник первой десятки рейтинга РейтОР 2009 г.
50	Московский открытый институт	50	44	21	Негосударственный
51	Московская академия рынка труда и информационных технологий	50	48	35-30**	Негосударственный
52	Институт менеджмента и инноваций	44	34	34-16**	Негосударственный
53	ВЗФЭИ (финансовый университет при Правительстве РФ)			56	
54	Гуманитарно-экономический и информационно-технологический институт (ГЭИТИ)			36	Негосударственный, аббревиатура создает иллюзию государственного
55	Институт рыночной экономики, социальной политики и права			34*-32	Негосударственный

** Цена за занятия, организуемые в группах выходного дня (1 день в неделю).*

*** Цена за занятия, проводимые в дистанционной форме.*

В современной рыночной экономике России устойчивым спросом пользуются образовательные услуги, значительное число которых оказывается по программам высшего профессионального образования (ВПО). По данным Росстата, в 2010 г. в РФ насчитывалось 1115 вузов, из которых 653 являлись государственными (ФГБОУ ВПО). Госвузы относятся к различным министерствам и ведомствам: Минобрнауки РФ (334 вуза, по другим данным, после начатой в 2011 г. реорганизации — 313); Минобороны — 71 (планируется уменьшение их числа путем реорганизации в 10 раз), Минсельхоз — 56, Минздравсоцразвития — 47, Минкультуры — 46, агентства Минтранспорта (Росморречфлот, Росжелдор, Росавиация) — 19 и т. д. Всего ФГБОУ ВПО по состоянию на 2008 г. имели 1393 филиала. В государственных вузах в 2010 г. обучалось 5,85 млн студентов, в т. ч. 2,97 млн. (51%) — на финансируемых из госбюджета местах. Негосударственные вузы (НОУ ВПО) — 462 единицы (71% от числа госвузов) имели 743 филиала и обучали 1,21 млн студентов. Таким образом, всего ВПО получают на платной основе свыше 4 млн. человек что почти в 1,4 раза больше числа студентов-бюджетников.

Значительная часть инфраструктуры по оказанию образовательных услуг сосредоточена в Москве. По данным депутата Мосгордумы О.Бочарова, в столице в 2008—2009 гг. функционировали 180 государственных вузов (при очень небольшом числе филиалов) и около 210 частных, в которых обучались в общей сложности около 1 млн. студентов (по данным Википедии — 1281,1 тыс. чел.). В данных мониторинга Минобрнауки за 2012 г. фигурируют 79 московских ФГБОУ ВПО при 4 филиалах, но это — лишь вузы, представившие свои данные для участия в мониторинге, т. е. оценка депутата Мосгордумы является правдоподобной. Для сравнения, в соседнем регионе — Московской области общее число вузов достигает 109, но из них только 35 являются областными учебными заведениями, остальные (68% от общего числа) — филиалы.

Количество обучающихся — порядка 170 тысяч, в т. ч. 134 тысячи — в ФГБОУ ВПО и 36 тысяч — в НОУ ВПО. Как видно из приведенных данных, практически треть всех российских вузов размещается в столице (в т. ч. около 25% государственных и 45% негосударственных) и в них обучаются на платной основе не менее 750 тыс. студентов.

В современном ВПО одним из наиболее популярных направлений подготовки является «Менеджмент» (080200). Несмотря на регулярно звучащие заявления (в том числе и от представителей высших эшелонов власти) о том, что менеджеров и экономистов вузы России выпускают в избытке, абитуриентский интерес к данному направлению стабилен в течение многих лет. Президентом РФ оценивается как крупнейшее в 2012 г. достижение отечественного образования завоевание Высшей школой менеджмента Санкт-Петербургского университета первого места в рейтинге вузов Восточной Европы. Потребность в компетентных управленцах сохраняется практически во всех областях деятельности. Большинство состава действующего кабинета министров РФ имеет экономическое образование. Сама структура современной российской экономики, в которой за последние десятилетия оказались остановленными и уничтоженными многие производящие и обрабатывающие отрасли, предполагает преобладание торговых, транспортных, логистических, сервисных и др. операций над промышленными технологическими процессами. До возрождения отечественной промышленности (которое просто невозможно осуществить в краткие сроки) любое наращивание подготовки инженеров и технологов будет иметь искусственный характер. Таким образом, можно ожидать, что в ближайшие годы направление 080200 останется востребованным как абитуриентами, так и их потенциальными работодателями.

Российские вузы активно используют значительный потенциал направления «Менеджмент» для привлечения дополнительных внебюджетных финансовых средств. Так, по состоянию на 2008 г. 769 вузов (около 70% от общего их количества) работали с направлением 080200, причем подготовку менеджеров вели 60% ФГБОУ ВПО и 79% НОУ ВПО. В настоящее время число обучающихся превышает 800 тыс. чел., из которых студентов-бюджетников немногим более 150 тыс., т. е. соотношение контингента платников и бюджетников направления 080200 — 4,3/1, что более чем в 3 раза выше общего показателя — 1,4/1. За десятилетие 2000—2010 гг. число изучающих менеджмент на платной основе стабильно росло и практически удвоилось, причем в ФГБОУ ВПО рост данной части контингента составил 89%, а в НОУ ВПО — 157%.

Очевидно, в работе по привлечению студентов-платников госвузам приходится вести конкурентную борьбу как между собой, так и с НОУ ВПО. Наиболее острая конкуренция складывается в Москве, где предложение образовательных услуг достигает абсолютного максимума по РФ и каждый потенциальный абитуриент имеет широчайшее поле выбора для получения образования. Это обстоятельство требует от руководства вуза серьезного и взвешенного подхода к установлению размера платы за обучение.

В связи с изложенным представляет интерес исследование стоимости обучения на направлении 080200, устанавливаемой московскими вузами. Целью анализа является определение размера стоимости, позволяющей рядовому учебному заведению (не относящемуся к группе элитных) успешно конкурировать в своем регионе с равностатусными ФБГОУ ВПО и со всеми НОУ ВПО. Исследование проведено по источникам (1, 2) и данным официальных сайтов московских вузов по состоянию на июнь 2012 г. Из примерно 390 московских вузов удалось найти необходимую информацию для 55 образовательных учреждений (35 государственных и 20 негосударственных).

Объем выборки составил 14%, а с учетом того, что из общего числа вузов с направлением 080200 работают порядка 70%, выборочная доля возрастает до значения 20%. Полученные данные систематизированы и сведены в таблицу 1, порядок перечисления вузов — по убыванию стоимости очной формы обучения (ОФО).

Таблица 2

Анализ стоимости подготовки экономистов-менеджеров по различным формам обучения

№ п/п	Показатель	ОФО	ВФО	ЗФО	Комментарий
1	Средняя стоимость обучения по всем вузам, тыс. руб./год	126,5	61,2	46,1	
2	То же самое, отн. ед.	2,74	1,33	1,00	
3	Откорректированная средняя стоимость обучения в государственных вузах, тыс.руб./год	142,4	67,3	49,8	Исключен РГГУ (ЗФО)
4	То же самое, отн. ед.	2,86	1,35	1,00	
5	Откорректированная средняя стоимость обучения в негосударственных вузах, тыс. руб./год	80,9	56,7	41,7	Исключена РЭШ (ОФО)
6	То же самое, отн. ед.	1,94	1,36	1,00	
7	Отношение стоимости обучения в вузах: государственные/негосударственные, %	176	119	119	

Предварительный анализ табличных данных позволяет сделать следующие выводы:

1) Размер платы за обучение различается очень сильно и, как правило, связан со статусом учебного заведения. Нами взята за основу оценка независимого рейтингового агентства РейтОР, анализировавшего работу только московских вузов. Всего два из участников первой десятки рейтинга имеют годовую стоимость по ОФО менее 100 тыс. руб./год (Военный университет и МЭИ), но для этих учебных заведений подготовка менеджеров не является приоритетом. Для большинства вузов-лидеров 160—220 тыс. руб. за год учебы — нормальное явление. Парадоксально, что абсолютный показатель (360 тыс. руб./год) имеет НИУ ВШЭ, не вошедший в первую десятку, однако это, скорее, всего объясняется тем, что на момент составления рейтинга данный вуз еще находился в процессе реорганизации.

2) Негосударственные учебные заведения устанавливают расценки существенно ниже, чем ФГБОУ ВПО — верхним пределом являются примерно 140 тыс. руб./год по ОФО. Исключение составляет РЭШ, организовавшая совместный бакалавриат с ВШЭ по запредельно высокой цене. Обычная стоимость года обучения очников в НОУ ВПО составляет 70—90 тыс. руб.

3) В своей борьбе за потенциального абитуриента вузы применяют различные приемы. Очень часто проводится откровенная демпинговая политика, как правило со стороны НОУ ВПО (50—44 тыс. руб./год по ОФО, 21 тыс. руб./год по заочной форме). Однако и госвузы порой демпингуют, хотя и не так явно (филиал ЛенГУ им. А.С. Пушкина в г. Москве — 70 тыс. руб./год по ОФО). Вторым распространенным приемом является придание вузу звучного названия, создающего ассоциации с известными образовательными брендами (Московский институт управления — НОУ ВПО, МГУ им. В.С. Черномырдина — ФГБОУ ВПО и др.). Порой негосударственные вузы создают совместные образовательные проекты с элитными государственными (РЭШ — НИУ ВШЭ), но этот альянс — скорее из области переуступки прав на использование имени суперпопулярной торговой марки. Очень часто НОУ ВПО имеют название или аббревиатуру, создающие иллюзию того, что потенциальный абитуриент имеет дело с госвузом — Московский университет государственного управления, Московский институт государственного управления и права, ГЭИТИ и т. п. Третий распространенный прием конкурентной борьбы — предложение разнообразных форм организации учебного процесса, и следует отметить, что в этом компоненте НОУ ВПО существенно опережают госвузы. Практически всегда заочное обучение организуется ими в классической , дистанционной форме или же в виде групп выходного дня.

При проведении количественного анализа данных (табл. 1) по группам вузов, ведущих подготовку по ОФО,

а также по вечерней и заочной формам (ВФО и ЗФО) для годовой стоимости обучения вычислялись следующие оценки: математическое ожидание, среднеквадратическое отклонение, коэффициент вариации, доверительный интервал. При этом проводилась процедура проверки на наличие промахов (грубых ошибок). В качестве таковых выявлены и исключены из дальнейшего рассмотрения: упоминавшееся выше НОУ ВПО «Российская экономическая школа» — 360 тыс. руб./год по ОФО, известный государственный вуз — РГГУ, обучение в котором по ЗФО стоит 80 тыс. руб./год. Интересно, что элита московских вузов (первая десятка мест рейтинга РейтОР) — МГУ им. М.В. Ломоносова, НИУ ВШЭ, РЭУ им. Г.В. Плеханова, МВТУ им. Н.В. Баумана и др., имеющая существенно более высокие расценки на образовательные услуги, не выходит из границ доверительного интервала. Результаты расчетов сведены в таблицу 2.

Материалы таблицы позволяют сделать следующие выводы:

1) Отмечавшаяся выше значительная разница в стоимости образовательных услуг по направлению 080200 в Москве особенно ярко выражена для ОФО. Однако значения коэффициента вариации очень близки в группах государственных и негосударственных вузов независимо от формы обучения (45% — по ОФО и около 20% — по ВФО и ЗФО).

2) Средняя стоимость обучения по ОФО в Москве равна 126,5 тыс. руб./год. Тот же показатель для рядовых государственных вузов (не входящих в элиту) составляет 117,5 тыс. руб./год, что всего на 7% меньше, т. е. влияние первой десятки рейтинга не столь значительно. Подготовка менеджера в НОУ ВПО по ОФО стоит в среднем 80,9 тыс. руб./год, что составляет 69% от аналогичного показателя для рядового госвуза. По ВФО стоимости находятся существенно ближе — 67,3 и 56,7 тыс. руб./год, как и по ЗФО — 49,8 и 41,7 тыс. руб./год. Обучение в НОУ ВПО для вечерников и заочников оказывается примерно на 19% дешевле, чем госвузе.

3) Для создания ценового преимущества на избранном направлении рядовому госвузу целесообразно устанавливать годовую стоимость обучения по ОФО в размере 95—100 тыс. руб., что обеспечивает примерно 20%-ный уход вниз от среднего показателя по группе ФГБОУ ВПО. Указанная цена оказывается выше средней для НОУ ВПО тоже примерно на 20%, т. е. разница в стоимости услуги становится одинаковой для всех форм обучения. Что же касается обучения по ВФО и ЗФО, то по ним вполне приемлемо ориентироваться на средний показатель, опускаясь относительно него на 3—5%. При этом годовая стоимость обучения может составлять 65 и 48 тыс. руб. соответственно.

В заключение необходимо отметить, что в современных условиях обширного предложения на рынке образовательных услуг Москвы столичным вузам невозможно обеспечить прием внебюджетного контингента студентов-менеджеров только за счет установления привлекательной цены за обучение. Общеизвестно, что ценовой метод ведения конкурентной борьбы является недостаточно эффективным, т. к. организации-конкуренты могут очень быстро предпринять аналогичные ответные шаги. В этом случае придется корректировать отправную стоимость обучения, т.е. процесс может в конечном итоге превратиться в манипулирование ценой, что осложняет поддержание финансовой стабильности и затрудняет процессы планирования в организации.

Руководству вуза необходимо вести также неценовую конкуренцию. Под неценовым конкурентным преимуществом услуги обычно понимается:

а) выделение этой услуги из ряда услуг-конкурентов;

б) придание ей уникальных для потребителя свойств;

в) повышение уровня обслуживания, вплоть до учета индивидуальных запросов. Примером выделения подготовки менеджеров из ряда аналогичных услуг, оказываемых равностатусными конкурирующими вузами, может служить привлечение к преподавнию в качестве совместителей ППС из успешных образовательных брендов.

Так, например, эффективно работает размещаемое на сайте вуза рекламное объявление: «Учебный процесс по профилирующим дисциплинам проводится ведущими профессорами МГУ». Под уникальными для потребителя свойствами могут пониматься: организация учебных и производственных практик на эффективно работающих предприятиях и фирмах с перспективой трудоустройства на них после завершения обучения; организация в рамках факультативных курсов мастер-классов и бизнес-семинаров, проводимых известными предпринимателями и менеджерами успешных компаний.

Повышение уровня обслуживания может выражаться в составлении индивидуального графика учебного процесса согласно пожеланиям потребителя (в случае обучения по ЗФО), подбор тематики курсового и дипломного проектирования в соответствии потребностями предприятия, оплачивающего обучение своих сотрудников и т. д. Таким образом, реальные шансы быть коммерчески успешным на направлении 080200 имеет вуз, строящий свою ценовую политику с учетом оценок, сделанных в настоящей работе, а также активно создающий предлагаемой им образовательной услуге неценовые конкурентные преимущества.

Литература

1. *Панкрухин А.П.* Маркетинг образовательных услуг: методология, теория и практика. — Режим доступа http://www.marketing.spb.ru/lib-special/branch/mou/index.htm.

2. *Тузова А.А.* Маркетинг в сфере образовательных услуг. — Режим доступа http://www.e college.ru/xbooks/xbook150/book/index/index.html?go=index*eabout.htm.

3. Сайт http://www.rbc.ru.

4. Сайт http://labourmarket.ru.

Совершение кражи и мошенничества с использованием компьютера или информационно-телекоммуникационных сетей

Степанов-Егиянц В.,
к.ю.н., доцент кафедры уголовного права и криминологии юридического факультета, МГУ имени М.В. Ломоносова

В статье рассматриваются вопросы квалификации кражи и мошенничества, совершаемых с использованием компьютера и информационно-телекоммуникационных сетей. Проанализированы составы преступлений ст. 159.3 и ст. 159.6, введенные в УК РФ Федеральным законом № 207-ФЗ от 29 ноября 2012 года.

Ключевые слова: **компьютерные преступления, мошенничество с использованием компьютера, кража с использованием компьютера.**

Committing theft and fraud using a computer or information and telecommunication networks

Stepanov-Yegiyants V.,
Ph.D., Associate Professor of Criminal Law and Criminology, Law Faculty of the Moscow State University

This article discusses the issues of qualification theft and fraud committed using a computer and the information and telecommunication networks; analyzed offenses Art. 159.3 and Art. 159.6 entered in the Criminal Code of the Russian Federation Federal Law N 207 dated 29 November 2012.

Keywords: **computer crime, computer fraud, computer theft.**

В настоящее время мы наблюдаем проявления информационной эры — повсеместное распространение компьютеров, мобильных телефонов, рост числа пользователей Интернета, цифрового телевидения и т. п. С одной стороны, все это значительно упрощает жизнь — теперь мы можем в любой момент связаться с близкими нам людьми, совершить покупки, не выходя из дома, оперативно отправить информацию в любую точку мира. Однако здесь есть и обратная сторона медали — существование таких преступлений, которые 28 глава Уголовного кодекса Российской Федерации (далее — УК РФ) называет «преступлениями в сфере компьютерной информации».

В российской науке уголовного права при рассмотрении составов главы 28 УК РФ нередко употребляется

термин «компьютерные преступления», который, однако, не используется в УК РФ. Распространенной является точка зрения, что эта терминология пришла к нам из США. Это утверждение не совсем верно. Дело в том, что в англосаксонской правовой системе более распространен термин cybercrime («киберпреступления»), чем термин computercrime, который и был дословно переведен как «компьютерные преступления».

В рамках данной статьи будут рассмотрены вопросы квалификации кражи и мошенничества в тех случаях, когда они совершаются с использованием компьютера и компьютерной информации. В соответствии со статьей 158 УК РФ кражей является тайное хищение чужого имущества. Под хищением понимается совершенное с корыстной целью противоправное безвозмездное изъятие и (или) обращение чужого имущества в пользу виновного или других лиц, причинившее ущерб собственнику или иному владельцу этого имущества..

Стоит отметить, что кража будет являться оконченным преступлением с момента изъятия преступником чужого имущества и получения реальной возможности распоряжения им по собственному усмотрению. Причем не важно, удастся ли ему реализовать эту возможность или нет.

Мошенничество определяется в ст. 159 УК РФ как хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем обмана или злоупотребления доверием. При этом под обманом понимается не только сознательное искажение истины, но и умолчание о ней.

При совершении кражи и мошенничества с использованием компьютеров и компьютерной информации, в практике возникают трудности в квалификации. В соответствии с п. 12 Постановления пленума Верховного суда РФ от 27 декабря 2007 г. № 51 «О судебной практике по делам о мошенничестве, присвоении и растрате» мошенничество квалифицируется как «безвозмездное обращение лицом в свою пользу или в пользу других лиц денежных средств, находящихся на счетах в банках, совершенное с корыстной целью путем обмана или злоупотребления доверием (например, путем представления в банк поддельных платежных поручений, заключения кредитного договора под условием возврата кредита, которое лицо не намерено выполнять)».

В случае если данные деяния «сопряжены с неправомерным внедрением в чужую информационную систему или с иным неправомерным доступом к охраняемой законом компьютерной информации кредитных учреждений либо с созданием заведомо вредоносных программ для электронно-вычислительных машин, внесением изменений в существующие программы, использованием или распространением вредоносных программ для ЭВМ, содеянное подлежит квалификации по статье 159 УК РФ, а также, в зависимости от обстоятельств дела, по статьям 272 или 273 УК РФ, если в результате неправомерного доступа к компьютерной информации произошло уничтожение, блокирование, модификация либо копирование информации, нарушение работы ЭВМ, системы ЭВМ или их сети».

К примеру, если субъект преступления создал какой-либо веб-сайт и посредством него собирал денежные средства на помощь пострадавшим от стихийного бедствия, а затем использовал их в личных интересах, а не в соответствии с заявленными целями, то в этом случае к нему следует применять нормы ст. 159 УК РФ. Однако, если субъект преступления с помощью различных вредоносных программ получил доступ к сайту благотворительной организации и от ее имени разместил на этом сайте информацию о сборе средств ради чего-либо, а также впоследствии имел возможность распоряжения данными средствами, то в этом случае его можно привлечь к ответственности не только по ст. 159 УК РФ за обманное завладение чужими денежными средствами, но и по ст. 272 УК РФ — за неправомерный доступ в чужую информационную систему, а также по ст. 273 УК РФ, поскольку он использовал вирусную программу для доступа. Такая квалификация могла считаться абсолютно верной до недавнего времени.

Ситуация изменилась, когда 29 ноября 2012 г. был принят Федеральный закон Российской Федерации № 207-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации», который впервые в российской законотворческой практике выделил различные виды мошенничества в отдельные составы преступлений в зависимости от того, в какой сфере они совершены. Нас же, в рамках рассматриваемой темы, интересуют, прежде всего, добавленные в УК РФ вышеупомянутым законом ст. 1593 и ст. 1596 — «Мошенничество с использованием платежных карт» и «Мошенничество в сфере компьютерной информации» соответственно. Ст. 1593 характеризует мошенничество с использованием кредитных карт как хищение чужого имущества, совершенное с использованием поддельной или принадлежащей другому лицу кредитной, расчетной или иной платежной карты путем обмана уполномоченного работника кредитной, торговой или иной организации.

А ст. 1596 определяет мошенничество в сфере компьютерной информации как хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем ввода, удаления, блокирования, модификации компьютерной информации либо иного вмешательства в функционирование средств хранения, обработки или передачи компьютерной информации или информационно-телекоммуникационных сетей.

Введя в язык уголовного закона много новых терминов, законодатель, к сожалению, не определил их значения. Очевидно, что в правоприменительной практике в рамках статьи 159.6 УК РФ возникнут вопросы о том, какие действия следует относить к «вводу» и «удалению» компьютерной информации. Статья 272 УК РФ оперирует понятием «уничтожение» компьютерной информации, но не упоминает ни о «вводе», ни о «удалении». В связи с этим возникает вопрос, существует ли какая-либо разница между «удалением» и «уничтожением» компьютерной информации?

Технически удалить компьютерную информацию полностью можно лишь физически уничтожив ее носитель. Применение специальных программ и средств, как правило, позволяет восстановить удаленную информацию.

Если мы будем принимать во внимание «удаление» компьютерной информации только при отсутствии возможности ее последующего восстановления, то это, безусловно, сузит рамки применения данной статьи. В обратном случае мы будем иметь дело с расширением границ применения рассматриваемой статьи. Хищение чужих денежных средств, находящихся на счетах в банках, путем использования похищенной или поддельной кредитной либо расчетной карты следует квалифицировать как мошенничество только в тех случаях, когда лицо путем обмана или злоупотребления доверием ввело в заблуждение уполномоченного работника кредитной, торговой или сервисной организации.

Например, если лицо, используя данные чужой похищенной или утерянной кредитной карточки, заказывает и оплачивает товары в интернет-магазине посредством своего компьютера и сети Интернет, то в таком случае данное деяние следует квалифицировать как кражу по соответствующей части ст. 158 УК РФ. Юридически обмануть или ввести в заблуждение компьютер интернет-магазина в таком случае преступник не может. Если же лицо расплачивается поддельной или утерянной кредитной карточкой в какой-либо организации, предъявляя ее лично уполномоченного работнику, то такое деяние будет квалифицироваться не по ст. 158, а по ст. 159.3 УК РФ, т.к. преступник вводит в заблуждение физическое лицо.

В случае совершения кражи с использованием компьютера преступник подвергает себя значительно меньшему риску быть пойманным органами правопорядка. Более того, преступление может совершаться практически на любом расстоянии от места нахождения цели — из другого города, региона, страны. Преступная прибыль от таких деяний может составлять сотни тысяч и миллионы рублей. Для более полного учета повышенной общественной опасности кражи, совершаемой «с использованием средств хранения, обработки или передачи компьютерной информации или информационно-телекоммуникационных сетей» представляется целесообразным включить данный квалифицирующий признак в часть 2 статьи 158.

Стоит отметить, что в большинстве случаев компьютерные преступления представляют собой один из этапов совершения кражи или мошенничества. Например, совершая удаленный неправомерный доступ к персональному компьютеру преступник, как правило, не ограничивается лишь копированием информации о пароле и логине доступа в личный кабинет потерпевшего, который является пользователям услуг интернет-банкинга. Конечной и главной целью преступника, является тайное изъятие чужих денежных средств с банковского счета потерпевшего, что должно квалифицироваться как кража.

В качестве общих выводов можно выделить следующее:

- *представляется необходимым дополнить ч. 2 ст. 158 квалифицирующим признаком «с использованием средств хранения, обработки или передачи компьютерной информации или информационно-телекоммуникационных сетей»;*
- *целесообразно дополнить ст. 159.6 примечанием, в котором дать определение понятиям «ввод» и «уничтожение» компьютерной информации;*
- *в связи с появлением состава статьи 159.6 в УК РФ необходимо внести соответствующие изменения в Постановление Пленума Верховного суда РФ от 27 декабря 2007 г. № 51 «О судебной практике по делам о мошенничестве, присвоении и растрате» и разграничить случаи обмана компьютера со случаями обмана и введения в заблуждения физического лица.*

Литература

1. *Мюллер В.К.* Англо-русский словарь. 22е изд. М., 1989. С. 178.

2. *Тропина Т.Л.* Киберпреступность: понятие, состояние, уголовно-правовые меры борьбы: дис. … канд. юрид. наук, Владивосток, 2005. С 36.

3. *Волженкин Б.В.* Мошенничество (серия «Современные стандарты в уголовном праве и уголовном процессе»). СПб.

4. *Юрченко И.А.* Понятие и виды информационных преступлений // Российское право в Интернете. 2003. № 1.

5. *Костин П.В.* Исследование машинных носителей информации, используемых при совершении преступлений в сфере экономики: автореф. дисс. … к.ю.н. Н. Новгород, 2007. С 6.

Академия менеджмента и бизнес-администрирования

✔ **Консалтинг**
✔ **Бизнес-образование**
✔ **Научно-практические журналы**
✔ **Международный бизнес-клуб «Деловое партнерство»**

www.a-mba.ru

Экстрадиция в контексте международной юрисдикции

Алиев Ф.,
старший преподаватель кафедры права, Международный университет СНГ

Одной из форм взаимодействия между государствами, когда одно их них, испытывая потребность в применении мер уголовной ответственности к данному лицу, но не имея легальной возможности собственными силами обеспечить его физическое присутствие в судебном или исправительном учреждении, обращается за помощью к другому, которое имеет возможность осуществить юрисдикцию принуждения в отношении этого лица.

Ключевые слова: **экстрадиция, борьба с преступностью, международное право, международное сотрудничество.**

Extradition in the context of international jurisdiction

Aliyev F.,
Senior Lecturer, Law Faculty International University CIS

One of the forms of cooperation between the governments, when one of them feels the need of the application of criminal liability to the individual, but has no legal possibility to provide its own physical presence in court or in prison, is appealing for the help from the other government, which has a possibility to enforce jurisdictional actions in respect of that person.

Keywords: **extradition, fight against crime, international law, international cooperation.**

Экстрадиция занимает особое место среди других направлений сотрудничества государств в сфере охраны правопорядка и борьбы с преступностью. Это один из старейших институтов, который, несмотря на исторические изменения, до сих пор сохраняет свои основные черты. Термин «экстрадиция» образовался от латинских слов «ex» — из (на вопрос: откуда? из чего?) и «tradition» (tradere) — поступать, подвергать, выдавать; обозначает способ приобретения собственности — передача владения вещью с намерением установить право собственности для другого лица. Термины «экстрадиция» и «выдача преступников» синонимичны, являются общепризнанными понятиями в национальном и международном праве и широко используются на практике.

Экстрадиция является межотраслевым институтом международного сотрудничества государств в области борьбы с преступностью, предупреждения, выявления, раскрытия и расследования преступлений, а также отправления правосудия. Существует два научных подхода к вопросу о правовой природе данного института. Одни определяют выдачу как самостоятельный институт, отдельный от правовой помощи по уголовным делам. Другие признают, что выдача — это вид правовой помощи по уголовным делам.

Юридическим первоисточником ответственности в отношении преступлений против мира и безопасности человечества являются международно-правовые акты, выражающие волю мирового сообщества. При этом ненаказуемость подобных деяний по внутреннему праву не освобождает от ответственности за них по международному праву. Общим объектом международных преступлений является международный публичный правопорядок, т. е. такой порядок отношений между государствами, который складывается в результате соблюдения норм международного права и находится под их защитой. Международно-правовое отношение, существующее между государством — делинквентом и международным сообществом государств по поводу конкретной общечеловеческой ценности, разорванное в результате совершения международного преступления, и составляет его непосредственный объект. Международное право выделило ряд обязательств, имеющих особо важное

значение для всего международного сообщества, — обязательство воздерживаться от действия против мира и международной безопасности, человечества и человечности. Именно эти ценности и составляют предмет международных преступлений.

В социологическом контексте общим объектом международных преступлений является система добрососедских отношений между государствами, построенная на принципах мирного сосуществования, неприменения силы, неприкосновенности (нерушимости) границ и невмешательства, уважения прав человека и добросовестного выполнения международных обязательств, которые в целом обеспечивают мирное урегулирование споров и разрешение конфликтов между народами и государствами, во имя достижения общего блага человечества.

Субъектами международных преступлений могут быть только физические лица, индивидуальная ответственность которых основывается на общих требованиях, предъявляемых к уголовной деликтоспособности, т. е. вменяемости и виновности в совершении преступления (ст. 10 Устава Нюрнбергского трибунала допускает возможность признания преступной той или иной группы либо организации, но отвергает саму правомерность постановки вопроса об уголовной ответственности данных организаций как юридических лиц. Отвечать за учиненные ими преступления должны физические лица — члены организации решение вопроса о личной роли и личной ответственности которых зависит от их индивидуальной вины).

Виновные в совершении международных преступлений лица могут быть:

● *осуждены по законам той страны, на территории которой было совершено преступление (территориальный принцип);*

● *осуждены по национальным законам, но в духе принципов международного права (принцип гражданства) ;*

● *преданы компетентному суду любого государства — участника конвенции, которое вправе выступать против подобных преступлений, где бы они ни совершались (универсальный принцип) ;*

● *преданы международному трибуналу путем принудительного изъятия из территориального суверенитета государства — делинквента персонально виновных в этих преступлениях лиц (специальная юрисдикция);*

● *преданы постоянно действующему международному уголовному суду, который может располагать юрисдикцией в отношении государств — участников, согласившихся с таковой (универсальная юрисдикция).*

С учреждением в 1945 г. Международного суда ООН неоднократно высказывались предложения о прямом наделении последнего полномочиями в области преследования за международные преступления. Вопрос о создании в его структуре уголовной камеры путем изменения Устава ООН и Статута Международного суда обсуждался в комитетах ООН по международной уголовной юстиции в 50-х годах. Однако, ввиду трудностей внесения изменений в учредительные документы, при весьма спорном характере вопроса о международном уголовном суде и его функциях, эта идея была отвергнута. Международный суд ООН и международный уголовный суд — различный органы как по целям создания, так и по компетенции. У каждого их этих органов есть свои особые функции, своя роль. Если первый служит средством мирного разрешения межгосударственных споров путем судебного разбирательства, то второй призван стать органом правосудия для применения норм международного уголовного права, т. е. установления виновности и определения уголовной ответственности и наказания индивидов за преступления, составляющие серьезные нарушения международного права.

Изложенные обстоятельства являются свидетельством того, что в международном праве активно продолжается процесс создания международной уголовной юстиции, а вместе с ним — процесс формирования международного уголовного процесса. И, несмотря на то, что традиционная концепция о комплексном характере международного уголовного права продолжает владеть умами, в настоящее время наблюдается тенденция к более четкому разграничению материального и процедурного уголовного права как на нормотворческом, так и на доктринальном уровне.

Результатом этой эволюции являются все чаще встречающиеся утверждения об оформлении международного уголовного права и процесса в самостоятельные отрасли, имеющие свои специфические предметы, режимы юридического регулирования и круг применимых правовых источников.

Отмеченное разделение международных уголовно-правовых норм материального характера и соответствующих им процедурных норм является важным и для понимания того, какие вопросы экстрадиции лиц, виновных в совершении международных преступлений, носят уголовное, а какие — уголовно-процессуальное значение. Ибо обособление международно-правовых норм процессуального и судоустройственного характера с одной стороны и систематизация международного уголовного кодекса — с другой неизбежно связаны с определением места, отводимого в этом Кодексе вопросам юрисдикции и экстрадиции.

Здесь следует иметь в виду, что учреждение постоянно действующего международного органа правосудия не затрагивает права государств самим судить лиц, совершивших международные преступления. Одним из основных принципов организации постоянно действующего Международного уголовного суда является принцип субсидиарности, согласно которому он призван дополнять национальные органы уголовной юстиции, в случае если они отсутствуют или не могут должным образом выполнить своих функций в отношении международных преступлений. Если же государство приняло решение самостоятельно осуществлять уголовное преследование за указанные преступления, Международный суд не может принять дело к рассмотрению.

Осуществление уголовной юрисдикции государственными органами покоится на некоторых принципах, главенствующими из которых являются: территориальный принцип, определяющий ответственность за

преступления, совершенные в пределах территории государства; национальный принцип, устанавливающий ответственность граждан государства за преступления, совершенные за пределами; реальный принцип, устанавливающий ответственность неграждан за преступления, совершенные за пределами государства но против интересов этого государства или его граждан; универсальный принцип, регулирующий борьбу с преступлениями, посягающими на интересы нескольких государств или всего международного сообщества.

Все преступления, могущие оказаться под юрисдикцией того или иного государства, можно разбить на группы. На группу преступлений общеуголовного характера распространяются территориальный, национальный и реальный принципы действия закона, ибо здесь речь идет о социальном пространстве, предстающем в виде государственного организованного общества.

Для группы международных преступлений характерен универсальный критерий действия закона. Даже если в отдельном международно-правовом акте говорится о привлечении виновного в таком преступлении лица по месту его совершения, универсализм его ответственности вытекает их того, что своим источником она имеет согласованную волю международного сообщества. То обстоятельство, что по внутреннему праву же установлена ответственность за какое-то действие, признаваемое преступным по международному праву, не освобождает совершившее его лицо от ответственности.

Таков непреложный общепризнанный принцип международного права. Следовательно, здесь мы имеем дело с социальным пространством иного (международного) уровня, благодаря чему и универсальность приобретает иное значение: она предполагает не только, а в отдельных случаях — и не сколько, внетерриториальность содеянного и внегражданственность деятеля, сколько наднациональность оснований ответственности за содеянное. В этом смысле универсализм ответственности за международные преступления, есть та же территориальность или гражданская принадлежность применительно к общеуголовным преступлениям, только под территорией здесь понимается все освоенное человечеством пространство, а под гражданством — принадлежность к человечеству.

В этом плане экстрадиция являет собой форму социально необходимой взаимопомощи государств в реализации экстратерриториального действия их национальных уголовно-правовых систем, отвечающей в конечном счете интересам обеспечения безопасности всех участвующих в ней стран. Ограниченность же экстратерриториальной юрисдикции и восполняется институтом выдачи преступников — такой формой взаимодействия между государствами, когда одно их них, испытывая потребность в применении мер уголовной ответственности к данному лицу, но не имея легальной возможности собственными силами обеспечить его физическое присутствие в судебном или исправительном учреждении, обращается за помощью к другому, которое имеет возможность осуществить юрисдикцию принуждения в отношении этого лица.

Установления такого рода формы взаимоотношений между государствами предполагает признание каждым их них юрисдикции другого в отношении данного лица. В связи с этим, процесс передачи выдаваемого лица, не сводится к передаче одним государством другому юридических полномочий для осуществления уголовного преследования, в результате акта выдачи, запрашивающее государство получает от запрашиваемого государства соответствующие полномочия на наказание данного лица, тогда как в действительности оно обладает ими столь же суверенно и изначально, коль скоро речь идет о субъекте, нарушившем предписания данного государства.

Другое дело, что располагая предписательной юрисдикцией в отношении лица, находящегося на территории другого государства, запрашивающее государство не может реализовать там свою исполнительную и судебную юрисдикции. Поэтому последнее, прибегая к помощи запрашиваемого государства, получает не власть наказывания, которой запрашивающее государство уже обладает, а реальную возможность воспользоваться таковой в отношении лица, нарушившего его уголовный закон.

В декларации ООН о преступности и общественной безопасности от 12 декабря 1996 г. Генеральная Ассамблея, ссылаясь на Глобальный план действий против организованной транснациональной преступности, призвала государства взаимно сотрудничать в борьбе с организованной преступностью на двусторонней, региональной, многосторонней и глобальной основе, в том числе посредством заключения в соответствующих случаях соглашений о взаимной юридической помощи, в целях содействия выявлению, задержанию и преследованию лиц, которые совершают опасные транснациональные преступления или каким-либо иным образом несут за них ответственность, а также введения в максимально возможной степени эффективной процедуры выдачи или преследования лиц, участвующих в опасных транснациональных преступлениях, с тем чтобы эти лица «не находили себе никакого безопасного убежища».

Литература

1. *Дадынский Ф.М.* Латинско-русский словарь к источникам Римского права. — М., 1998. С. 203, 534.

2. *Родионов К.С.* Сотрудничество государств в борьбе с преступностью. — М., 1997. С. 17—26.

3. *Бастрыкин А.И.* Взаимодействие советского уголовно-процессуального и международного права. — Л., 1986.

4. *Волженкина В.М.* Международное сотрудничество государств в сфере уголовной юстиции. СПб., 1998.

5. *Волженикина В.М.* Выдача в российском уголовном процессе С. 9—10. М. 2002.

6. *Васильев Ю.Г.* Институт выдачи преступников (экстрадиции) в современном международном праве. — М., 2003. С. 68.

Принципы организации внутреннего контроля в страховых компаниях

Пешкова Т.,
аспирантка кафедры страхового дела, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В данной статье освещаются различные подходы к организации внутреннего контроля, эволюция понятия «внутренний контроль», его компонентов, целей и задач осуществления. Приведены основные принципы организации внутреннего контроля в страховых компаниях и его взаимодействие с другими элементами управления компанией: внутренним аудитом, корпоративным управлением, управлением рисками организации. В статье также описаны специфичные для страховых организаций процедуры контроля.

Ключевые слова: **внутренний контроль, внутренний аудит, управление рисками, корпоративное управление, страховая компания.**

Principles of internal control in insurance companies

Peshkova T.,
postgraduate student Department of Insurance Business,
Financial University under the Government of the Russian Federation

This article highlights different approaches to the organization of internal control, the evolution of the concept of «internal control», its components, goals and objectives. Basic principles of internal control in the insurance companies and its interaction with other elements of the company's governance: internal audit, corporate governance, enterprise risk management are stated. The article also describes specific insurance companies' control procedures.

Keywords: **internal control, internal audit, risk management, corporate governance, insurance company.**

На российском рынке услуги, связанные с постановкой и усовершенствованием систем корпоративного управления и внутреннего контроля, предлагают, в основном, компании «большой четверки» и крупные российские компании, входящие в международные сети. Эти компании используют богатый зарубежный опыт, включая последние разработки в этой области, и адаптируют его с учетом российских условий.

В финансовых организациях (в частности, в банках) внутренний контроль как элемент системы управления рисками наиболее развит, и, как следствие, внутренний аудит играет более значимую роль по сравнению с предприятиями и организациями других секторов экономики.

Особая потенциальная ценность внутреннего контроля для страховых организаций определяется следующими факторами.

Во-первых, страховые организации должны быть надежными. Внутренний контроль будет уверенным шагом к повышению доверия к страховщикам.

Во-вторых, эффективно работающая система внутреннего контроля и аудита в страховой организации делает бизнес прозрачным, в первую очередь, для его собственника, позволяя выявлять факты мошенничества, увеличивать стоимость компании.

В-третьих, в сфере страхования активным участником взаимоотношений между собственниками, менеджерами и клиентами является государство. Государство требует от страховых организаций финансовой устойчивости, прозрачности в управлении, адекватности рискам. Одним из таких требований должно быть создание служб внутреннего контроля и аудита во всех страховых организациях.

Последние два десятилетия международное страховое сообщество усилило попытки разработки полного набора общепринятых и применяемых принципов и стандартов, касающихся страховой деятельности и надзора за страховыми организациями. Это связано с повышающейся сложностью проводимого страхования в социальном и финансовом плане.

В результате повышения подверженности рискам и сложности страхования развитие внутреннего контроля стало одним из ключевых вопросов.

Внутренний контроль — это набор процессов, осуществляемых на постоянной основе советом директоров, менеджментом и всем персоналом, направленный на предоставление разумных гарантий в отношении:

- *эффективности и результативности операций;*
- *надежности финансовой отчетности;*
- *адекватный контроль рисков;*
- *соответствие деятельности законодательству, правилам, внутренним политикам и процедурам.*

Внутренний контроль должен усиливать внутреннюю операционную среду организации, повышая способность организации справляться с внешними и внутренними событиями и выявляя возможные несовершенства процессов и структур. Существует не только большое количество определений внутреннего контроля, но также элементы, которые непосредственно связаны с внутренним контролем, к ним относятся внутренний аудит, корпоративное управление, управление рисками организации. Границы не всегда четко определены, тем не менее, все указанные элементы имеют свои признаки.

Корпоративное управление

Организация экономического сотрудничества и развития (OECD) определяет корпоративное управление как «взаимоотношения между менеджментом, советом директоров, акционерами организации и другими заинтересованными лицами. Корпоративное управление обеспечивает структуры, в соответствии с которыми устанавливаются цели компании, определяет средства их достижения и мониторинга деятельности организации. Хорошее корпоративное управление должно предоставлять менеджменту и совету директоров верные мотивы для постановки целей в интересах компании и акционеров и способствовать эффективному мониторингу деятельности, в том числе, более эффективного использования ресурсов.

Принимая во внимание, что совет директоров и менеджмент ответственны за установление и поддержание эффективной системы внутреннего контроля, он в значительной степени зависит от корпоративного управления в страховой организации. Внутренний контроль должен рассматриваться как ключевой элемент корпоративного управления.

Исследования Лондонской рабочей группы показали, что плохое корпоративное управление стало причиной провала или близости к провалу многих европейских страховых организаций.

Внутренний аудит

Институт внутренних аудиторов определяет внутренний аудит как «деятельность по предоставлению независимых и объективных гарантий и консультаций, направленных на совершенствование деятельности организации. Внутренний аудит помогает организации достичь поставленных целей, используя систематизированный и последовательный подход к оценке и повышению эффективности процессов управления рисками, контроля и корпоративного управления».

Внутренний аудит определяется как важная функция оценки и повышения эффективности процессов внутреннего контроля. В то время как внутренний контроль направлен на достижение целей организации, задача внутреннего аудита — убедиться в том, что системы управления рисками и внутреннего контроля функционируют надлежащим образом.

Управление рисками организации

Комитет спонсорских организаций Комиссии Трэдуэя (COSO) определяет управление рисками как «процесс, который используется при разработке стратегии в рамках всей организации и осуществляется советом директоров, руководством и другими сотрудниками. Целью этого процесса является идентификация потенциальных событий, которые могут повлиять на деятельность организации, и ограничение риска их негативного влияния путем принятия определенного уровня риск-аппетита для организации при условии обеспечения разумной гарантии достижения ее целей».

Управление рисками представляет собой понимание природы (причин, влияния, вероятности) и значимости рисков, влияющих на организацию, принятие решений о приемлемых уровнях этих рисков и разработку рентабельных средств контроля или стратегий по управлению влияния рисков на организацию.

Внутренний контроль представляет собой понимание и контроль рисков, одновременно осуществляя функцию мониторинга. Основной целью внутреннего контроля является оценка достижения компанией поставленных целей и разумные гарантии того, что совет директоров, менеджмент и сотрудники компании работают с целью успешной реализации разработанных стратегий при поддержании рисков на приемлемом уровне.

Эффективная система внутреннего контроля должна снижать вероятность принятия неверных решений, ошибок персонала, не исполнение им установленных контрольных процедур.

Внутренний контроль и управление рисками очень близки. Системы управления рисками должны использоваться страховой организацией для оценки потенциальных возможностей и угроз целям организации. Многие инструменты управления рисками имеют те же цели, что и внутренний контроль, такие как предотвращение и снижение убытков и другие, используемые для обеспечения соответствия деятельности компании поставленным целям.

Принципы внутреннего контроля страховых организаций:

Контрольная среда.

Совет директоров ответствен за установление высокого уровня соблюдения этических принципов и развития культуры внутри организации, которая подчеркивает и демонстрирует сотрудникам всех уровней важность внутреннего контроля. Менеджмент ответствен за внедрение

Таблица 1

Сравнение концепций контроля

	COSO	COBIT	SAC	SASs 55/78/94
Целевая группа	Менеджмент	Менеджмент, пользователи, аудиторы информационных систем	Внутренние аудиторы	Внешние аудиторы
Внутренний контроль – это:	Процесс	Совокупность процессов, включая политики, процедуры, практики	Совокупность процессов, подсистем и людей	Процесс
Цели внутреннего контроля	Эффективные и результативные операции Надежная финансовая отчетность Соблюдение законодат-ва (комплаенс)	Эффективность и результативность операций Конфиденциальность, Целостность и доступность информации Надежная финансовая отчетность Соблюдение законодательства (комплаенс)	Эффективность и результ-ть операций Надежная финансовая отчетность Соблюдение законодат-ва (комплаенс)	Надежная финансовая отчетность Эффективные и результативные операции Соблюдение законодат-ва (комплаенс)
Компоненты или зоны	Компоненты: Контрольная среда Управление рисками Средства контроля Информация и коммуникация Мониторинг	Зоны: Планирование и организация Приобретение и внедрение Доставка и поддержка Мониторинг	Компоненты: Контрольная среда Ручные и автоматические системы Средства контроля	Компоненты: Контрольная среда Управление рисками Средства контроля Информация и коммуникация Мониторинг
Фокус	Вся организация	Информационные технологии	Информационные технологии	Финансовая отчетность

культуры и принципов внутреннего контроля. Все сотрудники должны понимать свою роль в процессе внутреннего контроля и быть полностью включены в него.

При повышении этичности проведения операций страховщикам необходимо избегать практик, которые могут повлечь соблазн осуществить недопустимые действия. Эффективный внутренний контроль позволяет снизить репутационный риск, что особенно важно для российских страховых организаций, учитывая, что спрос на страховые продукты в России значительно ниже предложения. Репутация — это итоговая картина компании, которая опирается на отношения со страхователями, качество услуг и страховых продуктов, прозрачность бизнеса и прибыльность.

Все сотрудники компании должны иметь обязанности по осуществлению внутреннего контроля. При этом важно, чтобы все понимали необходимость осуществления внутреннего контроля и активно участвовали в процессе в соответствии с их должностными обязанностями. В компании должны существовать соответствующие документы, определяющие правила, ответственность, подчиненность, процедуры, информацию и порядок отчетности в рамках внутреннего контроля.

Оценка рисков

При организации и поддержании эффективной системы внутреннего контроля страховая организация должна оценивать как внутренние, так и внешние риски ее деятельности. Оценка рисков должна включать выявление и анализ (используя количественные и качественные инструменты) всех существенных рисков, воздействующих на страховую организацию, и действовать соответствующим образом.

В страховой организации деятельность по оценке рисков должна соответствовать размеру и сложности бизнеса. На подход к оценке рисков также должна влиять природа рисков.

Страховая компания должна оценивать:

- *риски, которые она принимает в силу осуществляемой деятельности (андеррайтерский риск, рыночный риск и др.);*
- *иные риски (риски внутреннего контроля, риск ошибок персонала и др.);*
- *возможности для бизнеса, вытекающие из оцененных рисков, воздействующих на организацию.*

Идентификация рисков включает процессы, с помощью которых страховая компания определяет риски, которым она подвержена, внутренние и внешние. Следует выявить как можно больше таких рисков, уделяя отдельное внимание существенным рискам. Существенным является риск, последствия от реализации которого могут послужить препятствием к достижению не только целей самой страховой компании, но также целей надзорного органа и страхователей. Для страхового сектора потенциально

опасными являются андеррайтерский риск, включающий риск резервов, кредитный риск, включающих риск перестрахования, рыночный риск, включающий риск процентных ставок, инвестиционный риск, включая риск управления активами и обязательствами, и операционный риск.

Страховые компании подвержены одним и тем же рискам в разной степени в зависимости от специализации компании (страхование жизни или страхование иное, чем страхование жизни) и страховых продуктов, которые они предлагают.

Анализ рисков — это процесс, посредством которого страховая компания может понять природу рисков, включая причины их появления, необходимость их контроля и как они могут повлиять на прибыли или убытки компании. Анализ рисков может включать количественный анализ (скоринговые модели и карты рисков) и количественный анализ (внутренние модели оценки рисков, стресс-тестирование и другие инструменты).

При анализе рисков страховая организация должна принимать во внимание потенциальную взаимосвязь, существующую между различными рисками, то есть риски страховщика должны оцениваться как индивидуально, так и кумулятивно.

Советом директоров страховщика должен быть установлен уровень толерантности к риску, который должен пересматриваться на регулярной основе (по крайней мере, ежегодно). Ответственность за уровень принятых рисков должна быть отражена в документах компании. В случае принятия на себя рисков, страховая организация должна убедиться в наличии соответствующих инструментов снижения и контроля риска.

Процесс оценки рисков должен быть непрерывным, в то время как идентификация и анализ рисков могут осуществляться в случае необходимости. Процесс оценки рисков должен периодически пересматриваться в связи с возможностью появления новых рисков и изменения уже существующих.

В страховой организации должна быть создана определенная культура, побуждающая сотрудников вносить свой вклад в идентификацию и анализ рисков.

Средства контроля и разделение обязанностей

Адекватная система внутреннего контроля требует внедрения эффективных и результативных средств контроля на всех уровнях деятельности компании. Средства контроля должны внедряться менеджментом в соответствии с целями и стратегиями, установленными советом директоров, и должны включать всех сотрудников организации. Как составная часть ежедневной работы компании, мониторинг средств контроля должен проводиться на постоянной основе.

Эффективная система внутреннего контроля требует распределения обязанностей и установления четких границ ответственности на уровне каждого сотрудника.

Средства контроля — это правила и процедуры, позволяющие контролировать исполнение распоряжений руководства. Средства контроля могут отличаться в разных страховых организациях в связи с различиями в целях, стратегиях, структурах и аппетитах к риску.

Указанные процедуры должны проводиться на всех уровнях организации, повышая прозрачность каждого бизнес-процесса, включая уровень совета директоров и менеджмент.

Средства контроля состоят из разнообразных процедур и политик. Специфичные для страховой организации процедуры должны быть определены и внедрены в страховой компании во взаимосвязи с соответствующими функциями.

К специфичным для страховых организаций процедурам контроля относятся, в частности:

Андеррайтерская политика — средства контроля должны обеспечивать соответствие андеррайтинговой деятельности в компании установленным стратегическим целям компании и внутренней политике толерантности к риску и гарантировать, что разработка страховых продуктов сопровождается анализом рисков с целью корректного расчета страховой премии.

Каналы продаж — должны существовать четкие правила для всех каналов продаж, определяющие ответственных лиц за контроль как внешних, так и внутренних каналов продаж. Должен проводиться контроль своевременности уплаты страховых премий во избежание образования значительной кредиторской задолженности по операциям страхования.

Менеджментом должны быть установлены процедуры, обеспечивающие следование страховыми агентами установленным правилам и уважение ими договорных обязательств. Структура страхового тарифа, в частности, комиссионное вознаграждение, должно пристально контролироваться.

Урегулирование убытков — рассмотрение и принятие решения по заявлению о страховом случае, а также размер и частота осуществляемых страховых выплат по договору должны быть отражены документально. Каждый платеж, превышающий определенный уровень, должен быть согласован с ответственным менеджером. Это позволяет избежать мошенничества и иных манипуляций.

Расчет страховых резервов — должны существовать контрольные процедуры, позволяющие обеспечивать соответствие действий сотрудников по расчету страховых резервов страховому законодательству и внутренним правилам страховой организации. Процесс расчета резервов должен завершаться актуарным анализом. В отношении неожиданных отклонений необходимо проводить проверочные мероприятия.

Инвестиционная политика, включающая контроль операций с производными финансовыми инструментами и защиту активов. Страховая организация определяет инвестиционную политику в соответствии с целями ее деятельности. Данная политика должна устанавливать, в том числе, внутренние правила работы с производными финансовыми инструментами, такие как определение максимально приемлемого уровня принимаемого риска. Доступ к определенным видам активов (денежные средства, ценные бумаги) и операциям с ними должен быть ограничен определенным кругом лиц, чьи обязанности и ответственность закреплены документально. Система внутреннего контроля должна гарантировать

Таблица 2

Распределение обязанностей в области внутреннего контроля между советом директоров и менеджментом страховой компании (составлено автором)

Совет директоров	Менеджмент
Создание и поддержание системы внутреннего контроля	Исполнение указаний совета директоров, включая внедрение стратегий и политик и организацию эффективной системы внутреннего контроля
Согласование и периодическая переоценка стратегии и существенных политик компании, также как и организационной структуры и стратегии внутреннего контроля страховой организации	Эффективность организационного и процедурного контроля в страховой компании
Предоставление указаний, правил и необходимого контроля для обеспечения эффективного управления страховой компанией и соответствия деятельности законодательству	Информирование совета директоров об эффективности системы внутреннего контроля компании
Оценка деятельности компании, в частности, менеджмента	

достаточный уровень независимости между функциями инвестирования и контроля.

Соблюдение требований к финансовой устойчивости и платежеспособности — анализ изменений финансовой устойчивости для обеспечения достаточности активов для покрытия убытков, которые могут произойти по техническим или иным причинам.

Учетная политика — средства контроля должны обеспечивать достоверное отражение финансового состояния страховой компании, ее активов и обязательств на соответствующих счетах. Система внутреннего контроля должна учитывать взаимосвязи между счетами.

Защита прав страхователей и выгодоприобретателей — в страховых организациях должны функционировать системы по работе с заявлениями и жалобами страхователей. Создание специального подразделения, обеспечивающего работу с клиентами на высоком уровне организации и профессионализма — хороший способ повысить удовлетворенность клиента и улучшить репутацию организации. Для повышения эффективности защиты прав страхователей функция урегулирования убытков должна быть отделена от функции рассмотрения жалоб страхователей.

Контроль программ перестрахования и иных инструментов по передаче риска. Хорошая программа перестрахования — один из наиболее важных механизмов страховой организации по уменьшению уровня риска. Таким образом, эффективность защиты зависит от качества и адекватности перестраховочной программы, также как и от качества и платежеспособности перестраховщика. К рискам страховой организации, возникающим при передаче риска в перестрахование, относятся неадекватное перестраховочное покрытие, риски, вытекающие из конфликта интересов, законодательные риски и пр.

Информационные системы — средства контроля должны обеспечивать своевременное предоставление точной и достоверной информации. Информационные системы должны позволять осуществлять запись всех транзакций компании.

Процедуры по противодействию отмыванию доходов — средства контроля должны обеспечивать применение мер в случае выявления подозрительных операций (расследование и прочее).

Информация и коммуникация

Страховая компания на всех уровнях ее организационной структуры должна располагать достоверной информацией о ее деятельности в целях определения, достижения и пересмотра целей, поставленных советом директоров, через эффективный процесс принятия решений. Система внутреннего контроля должна обеспечивать эффективность процессов коммуникации. Коммуникации должны быть как внутренние, так и внешние, и включать как формальное, так и неформальное общение.

Страховая компания должна обладать всей информацией (финансовой и нефинансовой), относящейся к прошлой и текущей ситуации в организации, полученной как из внутренних, так и из внешних источников.

Информация и соответствующие контроли должны отвечать следующим требованиям.

Точность: информация должна быть проверена перед ее использованием.

Полнота: информация должна покрывать все существенные аспекты деятельности страховой организации как по количественным, так и по качественным характеристикам.

Своевременность: соответствующая информация должна быть доступна своевременно в целях упрощения процесса принятия решений и возможности своевременного реагирования на будущие события.

Последовательность: вся информация должна быть записана таким образом, чтобы ее можно было сравнивать как горизонтально, так и вертикально.

Прозрачность: информация должна быть представлена в легкой для интерпретации форме, обеспечивающей понятность ключевых элементов.

Существенность: вся используемая информация должна прямо относиться к соответствующим целям ее требования, постоянно пересматриваться и обновляться для соответствия целям и нуждам организации.

Информационные и коммуникационные технологии

Страховые организации должны внедрять системы информационных и коммуникационных технологий (ICT systems), соответствующие осуществляемой деятельности, ее стратегиям и потребностям. Указанные технологии должны быть снабжены процедурами контроля безопасности (управленческий контроль, операционный контроль, технический контроль), для предоставления менеджменту информации о рисках, присущих внедренным системам, позволяя распознать как потенциальную выгоду, так и риски таких систем.

Адекватные информационные и коммуникационные технологии страховых организаций должны включать следующие поля.

Информация о страхователях. Полная информация о клиенте, заключившем несколько договоров страхования в одной компании или группе компаний, позволяет увидеть его страховую историю и предоставить ему лучшее обслуживание.

Информация о заключенных договорах страхования, позволяющая снизить расходы на их печать и хранение.

Информация о заявленных убытках, позволяющая обеспечить их более эффективное урегулирование.

Мониторинг

Страховые организации должны внедрять систему мониторинга эффективности внутреннего контроля. Мониторинг должен осуществляться на постоянной основе, с периодической оценкой деятельности внутреннего контроля.

В качестве составной части системы внутреннего контроля, учитывая разнообразие и сложность страховой деятельности, должна осуществляться эффективная и всеобъемлющая функция внутреннего аудита, реализуемая независимым, объективным и компетентным персоналом.

Функция внутреннего аудита должна проводиться в соответствии с планом аудита и программами, разработанными для обеспечения разумных гарантий, что цели внутреннего контроля страховой организации достигаются. Эффективная функция внутреннего аудита также должна контролировать мероприятия, выполняемые проверяемыми подразделениями по результатам проведенного аудита, с целью обеспечения устранения ими выявленных недостатков.

При разработке системы внутреннего контроля страховой организации необходимо принимать во внимание, что:

- *внутренний контроль осуществляется людьми, следовательно, подвержен ошибкам. Программы повышения квалификации персонала, специальные тренинги, так же как повышение культуры в организации и этика в ведении бизнеса, позволят уменьшить риски, связанные с человеческим фактором;*
- *страховые компании подвержены контролируемым рискам и рискам, которые трудно предвидеть — внешним и внутренним. Некоторые риски могут быть усложнены в связи с длительными сроками действия некоторых договоров страхования;*
- *в разных страховых компаниях внутренний контроль должен быть организован по-разному, в зависимости от целей, направлений деятельности, объема операций.*

Страховой сектор, как и финансовый сектор, постоянно развивается. Это развитие приносит новые страховые продукты и услуги, новые инструменты, цели и задачи. Системы внутреннего контроля страховых компаний должны быть адаптированы в соответствии с этими изменениями и развитием. Они должны помогать организациям повышать эффективность деятельности как при благоприятных, так и неблагоприятных для организации условиях.

Система внутреннего контроля приводит к более точному выявлению, пониманию и предотвращению рисков, что наиболее важно в страховом секторе. Эффективная система внутреннего контроля повышает конкурентоспособность страховой организации как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. Кроме того, внутренний контроль позволяет уменьшить влияние неблагоприятных событий, а в некоторых случаях и избежать их, например, с помощью стресс-тестирования или системы раннего оповещения.

С точки зрения внешних пользователей эффективная система внутреннего контроля имеет положительное влияние на страхователей (повышение надежности компании), надзорные органы (повышение прозрачности бизнеса, возможность взаимодействия со службой внутреннего контроля) и акционеров (повышение эффективности бизнеса).

Литература

1. Основные принципы страхования, стандарты, руководства и методология оценки. Международная ассоциация страховых надзоров. — 2012.
2. Законопроект № 391338-5 «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Об организации страхового дела в Российской Федерации».
3. *Краснова И.А., Пешкова Т.Ю.* и др. Новые механизмы осуществления государственного страхового надзора / Финансы, № 6. — 2010.
4. *Пешкова Т.Ю.* Применение принципов внутреннего контроля, аудита и управления рисками при осуществлении государственного страхового надзора / Реформы в России и проблемы управления. — 2011; Материалы 26-й Всероссийской научной конференции молодых ученых. Вып. 1; Государственный университет управления. — М.: ГУУ. — 2011. — С. 341.
5. *Пешкова Т.Ю.* Минимальные требования к управлению рисками в страховых организациях (Германия) и российский опыт / Модернизационное развитие современного российского общества: всерос. науч.-практ. конф. (2012. Волгоград). Всероссийская научно-практическая конференция. 2012 г.: [материалы]. — Волгоград — М.: ООО «Планета». — 2012. С. 411—414.

Концепция глобального устойчивого развития и роль банков развития в ее реализации

Селявина Е.,
аспирант кафедры банков и банковского менеджмента,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье рассматриваются особенности и институциональные основы функционирования национальных банков развития. Анализируются теоретические и практические аспекты концепции глобального устойчивого развития. Особое внимание уделяется роли банков развития в области внедрения принципов устойчивого развития.

Ключевые слова: **банк развития, институт развития, устойчивое развитие, социальная ответственность, экологическая ответственность.**

The concept of global sustainable development and the role of development banks in its implementation

Selyavina E.,
post-graduate student of banks and bank management,
Financial University under the Government of the Russian Federation

The article discusses the features and institutional framework for the operation of national development banks. The theoretical and practical aspects of the concept of global sustainable development. Particular attention is paid to the role of development banks in implementing the principles of sustainable development.

Keywords: **Development Bank, Institute for Development, sustainable development, social responsibility and environmental responsibility.**

При переходе общества к инновационной (постиндустриальной) стадии развития формируется такая модель экономического развития, в которой определяющее значение имеет человеческий потенциал в его взаимодействии с окружающей средой, — **модель устойчивого развития**[1].

Необходимость разработки методологического обеспечения перехода к модели устойчивого развития обусловила разработку **концепции устойчивого развития**, которая предусматривает соединение противоречивых тенденций в экономике, социальном развитии и в природе[2] (Triple Bottom Line[3]).

Понятие «устойчивое развитие» подразумевает развитие в рамках широкого социального контекста. Концепция устойчивого развития в своей основе опирается на постулат **о необходимости сделать отношения планеты и человека симбиотическими.** Вызов устойчивого

[1] *Коряков А.Г.* Изменение парадигмы развития в условиях глобализации: актуализация концепции устойчивого развития // Мир науки, культуры, образования, 2012. — № 3. — С. 364.

[2] *Меренкова И.Н., Савенкова О.Ю.* Концептуальные основы управления устойчивым развитием сельских территорий региона // Региональная экономика: теория и практика, 2009. — № 41. — С. 64.

[3] URL: http://www.economist.com/node/14301663.

развития — удовлетворить потребности человечества и остаться в рамках экологических ресурсов планеты.

Другими словами, цель устойчивого развития — «удовлетворение потребностей нынешнего поколения без ущерба для возможности будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности»[4].

Актуальность и вместе с тем сложность разработки концепции устойчивого роста исследователи связывают с тем, что управление и политические меры контроля роста часто ограничены узкими рамками локальных политических приоритетов. Выбор, сделанный государствами, компаниями, сообществами и отдельными людьми, часто сопровождается инерцией, вызванной краткосрочными целями и личной заинтересованностью[5]. Ярким тому доказательством служат многочисленные примеры инвестиций в загрязнение окружающей среды и энергонеэффективную инфраструктуру.

При этом, по мнению экспертов, **экономические модели XX века достигли предела возможного в области обеспечения условий жизни 1,3 млрд людей, в том числе с точки зрения экологических последствий для планеты.**

Во времена экономических кризисов идеалы защиты окружающей среды обычно отходят на второй план, поскольку финансовые институты, в том числе банки, фокусируют внимание на получении прибыли и сокращении затрат.

Однако следует отметить, что финансовый, топливный и продовольственный кризисы отчасти являются результатом непонимания глобальных тенденций развития экономик и неспособности правительств эффективно управлять процессами устойчивого развития.

На пути к переходу к модели устойчивого роста сделано многое (табл. 1). Некоторые механизмы обеспечения устойчивого развития были представлены в документе «Глобальный план Маршалла»[6]. В основе Глобального плана Маршалла лежит международная инициатива по достижению Целей развития тысячелетия (Millennium Development Goals)[7].

Несмотря на то что теоретики классической политической экономии разделяли развитие на экономическое, социальное и политическое, они рассматривали данные аспекты как части одного целого — комплексного и многофакторного процесса развития.

По мнению автора, развитие — это «монолитная» и безграничная категория без возможности ее дробления на культурную, экономическую, социальную и политическую составляющие. Данное условное разделение применяется лишь в целях анализа и поиска формализованных подходов к оценке уровня национального развития и воздействия на процесс развития с целью его катализации.

Императивом текущего времени становится **принципиальное изменение парадигмы развития,** в основе которой должны лежать **новые механизмы социо-эколого-экономического развития.**

Принятие решений по устойчивому развитию имеет особое значение для работы Организации Объединенных Наций. В октябре 2008 г. в рамках Программы ООН по окружающей среде был запущен проект **«Зеленая экономическая инициатива»**[8].

В соответствии с инициативой мобилизация и переориентирование глобальной экономики на инвестиции в чистые технологии и «природную» инфраструктуру является лучшим выбором для обеспечения реального роста, борьбы с изменением климата и увеличения занятости населения в XXI веке. Стоимость проекта составила около 4 млн долларов. Финансирование предоставляет Европейская комиссия, правительства Германии и Норвегии.

Летом 2012 года состоялась Конференция ООН по устойчивому развитию («Рио+20»), по итогам которой Генеральной Ассамблеей был одобрен документ под названием «Будущее, которого мы хотим»[9].

Последние идеи, политические выводы и комментарии ООН по вопросу устойчивого развития представлены в Докладе о развитии человеческого потенциала[10], Докладе о «зеленой» экономике[11].

В настоящее время представители бизнеса принимают активное участие в работе по обеспечению устойчивого мирового развития.

В 2010 году с целью популяризации вышеуказанных инициатив в банковском секторе ЮНЕП была создана Банковская комиссия (Banking Commission). В 2011 году ЮНЕП подготовила Руководство по устойчивому развитию банковской отрасли (UNEP FI Guide to Banking & Sustainability)[12].

По состоянию на сентябрь 2012 года участниками Банковской комиссия являются 140 банков из 50 стран мира (банки развития, коммерческие банки, страховые организации).

Банки — члены Банковской комиссии ЮНЕП проявляют бережливость по отношению к природным ресурсам, находят пути снижения расходов, укрепляют отношения с клиентами, которые придерживаются аналогичных взглядов относительно устойчивого развития и экологической безопасности.

Исследователи рассматривают **социальную ответственность банка** как совокупность параметров:

[4] World Commission on Environment and Development. Our Common Future. Oxford: Oxford University Press, 1987, p. 43.

[5] Vision 2050: The new agenda for business / World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), 2010. — [Электронный ресурс]. // < http://www.wbcsd.org/vision2050.aspx>

[6] Radermacher, Franz Josef: «Global Marshall Plan — a Planetary Contract», 2004. — [Электронный ресурс] // http://www.globalmarshallplan.org/sites/default/files/imce/download_files/global_marshall_plan_e_I_eng.pdf.

[7] Цели развития тысячелетия были разработаны на основе восьми глав Декларации тысячелетия ООН, подписанной в сентябре 2000 г. В Декларации тысячелетия государства — члены ООН приняли на себя обязательства по достижению целей развития тысячелетия в области мира и безопасности, развития, охраны окружающей среды, прав человека, демократии и управления, защиты уязвимых, удовлетворения потребностей Африки, укрепления ООН.

[8] URL: http://www.unep.org/greeneconomy/

[9] «Будущее, которого мы хотим» — Итоговый документ Конференции Организации Объединенных Наций по устойчивому развитию, 20—22 июня 2012 г. — Рио-де-Жанейро, Бразилия. — [Электронный ресурс] // URL: http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N11/476/10/PDF/N1147610.pdf?OpenElement.

[10] Доклад о развитии человеческого потенциала «Устойчивое развитие и равенство возможностей: лучшее будущее для всех» [Электронный ресурс], 2011. — Программа развития ООН. // URL: http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2011_RU_Complete.pdf.

[11] Навстречу «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности [Электронный ресурс], 2012. — Программа ООН по окружающей среде (ЮНЕП). // URL: http://www.unep.org/roe/Portals/139/Moscow/UNEP_Green_EconomyReport_Final_May2012_Rus.pdf.

[12] URL: http://www.unepfi.org/fileadmin/documents/guide_banking_statements.pdf.

Таблица 1

Международные инициативы банков в области устойчивого развития

Инициатива	Содержание	Участники
Принципы Экватора (Equator Principles)	Набор добровольных принципов, разработанных банками для управления социальными и экологическими вопросами, связанными с проектным финансированием во всех отраслях промышленности. Принимая данные принципы, банк берет обязательство финансировать только те проекты, которые будут соответствовать социальным и экологическим нормам. Принципы Экватора основаны на программных документах и установках Всемирного банка и Международной финансовой корпорации	Более 60 участников, в том числе: Barclays PLC, Citigroup Inc., Credit Suisse Group, HVB Group, Royal Bank of Scotland и Westpac Banking Corporation
Финансовая инициатива Программы ООН по окружающей среде (UNEP FI)	Уникальное глобальное партнерство между Программой ООН по окружающей среде и частным финансовым сектором, цель которого — разработка и внедрение принципов взаимосвязи между финансовыми показателями деятельности и устойчивым развитием. Участники партнерства обязуются способствовать распространению и внедрению лучших практик в области устойчивого развития на всех операционных уровнях своей деятельности, а также оценивать экологические риски своих клиентов	В числе участников 177 крупнейших финансовых организаций мира, в том числе: RBS, Citigroup, Credit Suisse, Deutsche Bank, Fortis, HSBC
Принципы ответственного инвестирования Организации Объединенных Наций (UN PRI)	Набор принципов, призывающих инвесторов учитывать экологические, социальные и корпоративные вопросы управления при проведении анализа инвестиционной политики и принятии инвестиционных решений. Следующие им организации сотрудничают с целью их распространения в деловом сообществе, оказывают содействие в их принятии и реализации на практике, а также осуществляют совместную деятельность, направленную на повышение эффективности принципов	Более 330 компаний, в том числе: RBS, Groupe Societe Generale, HSBC
Проект по раскрытию углеродной информации (Carbon Disclosure Project, CDP)	Инициатива по обязательному раскрытию корпорациями информации о выбросах парниковых газов. Основными целями проекта являются информирование институциональных инвесторов о последствиях изменения климата, привлечение их внимания к вопросу раскрытия углеродной информации, а также увеличение числа компаний-участников., координирует деятельность многих институциональных инвесторов	Проект насчитывает 385 участников, в том числе: RBS, BNP Paribas, Barclays, Groupe Societe Generale, HSBC

Источник: составлено автором по материалам: Лещинская К.Л., Васильева А.В. Устойчивое развитие компаний финансового сектора // Банковское дело. 2008. № 10. С. 91.

отношение к своим сотрудникам, этика бизнеса в целом, постоянное повышение качества обслуживания и эффективности взаимодействия с партнерами по бизнесу[13]. При этом дополнительно подчеркнем особую социальную ответственность банков в развитии физической культуры, искусства, преодолении таких глобальных проблем развития общества, как низкая финансовая грамотность населения, отсутствие развитой инфраструктуры и жилищного комплекса.

Экологическая ответственность банков является опосредованной — она ограничена сферой влияния на заемщиков в части предъявления определенных экологических требований к финансируемой хозяйственной деятельности. Примерами банков, внедривших сертифицированные системы экологического менеджмента, являются — Citigroup, Mizuho Financial Group, Sumimoto Mitsui Financial Group, HBOS, Deutsche Bank, Barclays Bank, UBS[14].

Применение экологических, социальных критериев в ходе традиционного кредитования — ключевой фактор создания **экологически и социально ответственных банков.**

Сегодня продолжается поиск и апробация механизмов, эффективных инструментов и режимов на глобальном, региональном и национальном уровнях, которые стимулируют экологически ориентированное производство при одновременном повышении его конкурентоспособности и решении социальных проблем.

По нашему мнению, важное место среди таких механизмов занимают международные, региональные и национальные банки развития, которые мобилизуют широкий спектр ресурсов для внедрения устойчивого развития на всех уровнях.

Очевидна неспособность бизнес-сообщества обеспечивать устойчивое развитие без соответствующей государственной поддержки. В данной сфере особую актуальность приобретают проекты государственно-частного партнерства.

Банки развития обладают возможностью напрямую связать доступность денежных средств с экологическими и социальными эффектами их использования. Следуя концепции устойчивого развития, банки развития вводят принципы ответственного финансирования в кредитный процесс. Принципы ответственного финансирования становится необходимостью для банков и компаний реального сектора, которые хотят привлекать финансовые ресурсы банков развития.

Среди банков развития лучшую практику (best practice)

[13] *Лещинская К.Л., Васильева А.В.* Устойчивое развитие компаний финансового сектора // Банковское дело. 2008. № 10. С. 89.
[14] Там же. С. 90.

в области ответственного финансирования демонстрируют Европейский банк реконструкции и развития, Международная финансовая корпорация, а также Банк развития Германии.

На взгляд автора, банки развития в качестве субъекта обеспечения устойчивого развития могут выполнять несколько ключевых функций:

● *прямого финансирования — непосредственного финансирования проектов и инициатив, отвечающих принципам устойчивого развития;*

● *абсорбирующую — функцию агрессивного отрицания проектов, нарушающих принципы устойчивого развития (дальнейший мониторинг инициативы с целью ее аннулирования);*

● *катализирующую — БР являются локомотивом внедрения инициатив в области устойчивого развития всеми субъектами экономики.*

В настоящее время в деятельности большинства БР отражаются принципы корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития, что подтверждается следующими тенденциями и процессами:

● *выработка стратегического подхода (формализация миссии, ценностей БР) и надзор за деятельностью в области устойчивого развития;*

● *разработка системы стратегического управления в БР (внедрение системы сбалансированных показателей) с целью создания карты четко сформулированных целей в области устойчивого развития и обеспечения системы мониторинга реализации поставленных целей;*

● *внедрение в систему оценки социально-экономической эффективности БР целей развития тысячелетия (Межамериканский банк развития, Банк развития Южной Африки и др.);*

● *сбалансированный подход к анализу проектной документации, а именно оценка, помимо экономических, социальных и экологических критериев финансируемых проектов;*

● *категоризация проектов на основе вышеуказанных критериев;*

● *проведение экологического аудита, периодического мониторинга отчетности клиентов;*

● *«зеленые» тренды в деятельности БР (примером могут служить Банк развития Китая, Национальный банк экономического и социального развития Бразилии, государственная корпорация «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)», Японский банк международного сотрудничества, «Зеленый» инвестиционный банк Великобритании, Северный инвестиционный банк и др.)*[15]*;*

● *разработка и внедрение программ по созданию корпоративной культуры, способствующей распространению принципов устойчивого развития как внутри БР, так и за его пределами, в том числе через обучение сотрудников по этическим и экологическим вопросам, а также по вопросам соблюдения прав человека;*

● *подготовка отчетности в области устойчивого развития с использованием требований Руководства по отчетности в области устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности*[16]*;*

● *спонсорство и благотворительные проекты БР, направленные на поддержку спорта, искусства, имеющие особое значение в области поддержки социального аспекта устойчивого развития.*

Отметим, что в области внедрения принципов устойчивого развития международные БР являются локомотивом, формируют тенденции развития данной темы, выступают в качестве разработчиков процедур и стандартов.

Участниками III международной конференции «Инвестиции в устойчивое развитие. Партнерство финансовых институтов и реального сектора экономики»[17] была подготовлена «дорожная карта» на период до 2015 года для финансовых институтов развития, в том числе банков развития, заинтересованных в ответственном финансировании долгосрочного устойчивого развития (табл. 2). «Дорожная карта» отражает основные тенденции развития принципов ответственного финансирования в мире.

Таким образом, **НБР являются важнейшими субъектами процесса популяризации и реализации на практике концепции глобального устойчивого развития.** Резюмируем **основные принципы и особенности деятельности НБР.**

■ *НБР реализуют правительственную социально-экономическую политику, опираясь в своей деятельности на специальный закон;*

■ *НБР включаются в сектор небанковских финансовых учреждений;*

■ *НБР имеют в своем капитале значительную долю государства, его пополнение в основном осуществляется правительством.*

В случаях, когда в качестве основного собственника НБР выступает частный сектор, государство в лице своих представителей играет стратегическую роль в управлении БР.

Ведущую роль в деятельности БР играет правительство, которое фактически является их прямым руководителем. Его представители возглавляют коллегиальные органы НБР, правительство назначает председателей правления. Ведущая роль правительства повышает уровень лояльности зарубежных и национальных инвесторов к НБР, что позволяет ориентировать НБР на реализацию правительственных программ. В то же время чрезмерное влияние государства на деятельность НБР может привести к потери его финансовой устойчивости.

Негативная сторона обусловлена наличием возможности чрезмерного административного вмешательства в процесс принятия решений о кредитовании проектов. Противники НБР указывают, что данные институты в подавляющем большинстве стран региона являются своеобразным «пережитком» государственного дирижизма в

[15] *Андрианов В.Д.* «Зеленые» тренды в деятельности коммерческих банков и финансовых институтов развития / Андрианов В.Д. Селявина Е.А. // Бизнес и банки. М., 2013. № 3. С. 1—7.

[16] Sustainability Reporting Framework (Version 3.1.) — Global Reporting Initiative (GRI), 2000—2011. — [Электронный ресурс]. // URL: https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3.1-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf.

[17] III международная конференция Внешэкономбанка «Инвестиции в устойчивое развитие. Партнерство финансовых институтов и реального сектора экономики». 12 декабря 2012 г. Марриотт Грандъ Отель.

Таблица 2

Развитие ответственного финансирования в России: «дородная карта» для финансовых институтов развития

ФАЗА 1: 2013	ФАЗА 2: 2014	ФАЗА 3: 2015
1. Повысить осведомленность руководителей и исполнителей финансовых институтов Российской Федерации о принципах и международной практике ответственного финансирования.	1. Обеспечить взаимодействие с потенциальными кредитополучателями в части повышения их осведомленности в сопряженных принципах и критериях.	1. Осуществлять мониторинг реализации проектов ответственного финансирования в части актуализации рисков и возможностей, устойчивости и развития.
2. Разработать систему выявления и оценки типовых рисков экономической, социальной и экологической устойчивости и развития компаний реального сектора экономики Российской Федерации — потенциальных кредитополучателей.	2. Обеспечить взаимодействие с потенциальными кредитополучателями в части освоения ими интегрированного управления рисками экономической, социальной и экологической сред.	2. Реагировать на актуализацию рисков и возможностей, устойчивости и развития проектов ответственного финансирования.
3. Внедрить критерии ответственного финансирования в регламенты инвестиционного анализа с последующим информированием об этом потенциальных получателей инвестиций.	3. Начать реализацию пилотных проектов ответственного финансирования компаний реального сектора экономики Российской Федерации.	3. Формировать базу данных о проектах ответственного финансирования и на ее основе анализировать и развивать применимые принципы и практики.

экономике, излишне политизированы, малоэффективны или нерентабельны[18].

Во многих случаях политическое вмешательство, низкий уровень корпоративного управления, а иногда прямая коррупция приводят к мрачным финансовым показателям деятельности и неплатежеспособности НБР, значительным «квазифискальным» (quasi-fiscal) убыткам[19].

■ *НБР основываются на коммерческих принципах в своей работе, несут ответственность за прибыли и убытки, стремясь к безубыточности.*

■ *НБР в ряде стран освобождены от уплаты налогов и распределения чистой прибыли (считается, что их деятельность направлена на расширение налого облагаемой базы экономики).*

■ *НБР формируют ресурсную базу главным образом за счет прямого финансирования из бюджета, внебюджетных фондов и рыночных инструментов фондирования.*

■ *НБР делят риски по кредитованию конечных заемщиков с бюджетом и сторонними инвесторами, взаимодействуя с экономикой как напрямую, так и через систему коммерческих банков.*

■ *НБР имеют свои сферы обслуживания и не составляют конкуренции коммерческим банкам, принципиально отличаясь от последних предпосылками создания, принципами, целями и задачами своей деятельности.*

■ *НБР предоставляют экономике льготные кредиты и долгосрочные гарантии для решения задач социально-экономического развития страны или региона.*

Несмотря на то что НБР, как правило, не отчитываются перед центральными банками, классификация, механизмы и инструменты мониторинга банковских рисков НБР соответствуют практике, рекомендуемой к применению центральными банками.

На современном этапе принципиальной задачей академического сообщества в России остается **необходимость подтверждения на основе успешного опыта зарубежных финансовых институтов развития важнейшей роли НБР в концепции устойчивого развития,** а также **разработка программы ее дальнейшей реализации в российской действительности.**

Ключевыми факторами участия НБР в концепции глобального устойчивого развития является **внедрение в их деятельность принципов комплексной оценки финансируемых НБР проектов,** а также **разработка системы показателей, позволяющих оценивать эффективность деятельности НБР в соответствии с целями и задачами их создания.**

[18] *Лобанцова С.Н.* МАБР: в ногу со временем. [Электронный ресурс]. / Институт Латинской Америки Российской Академии наук (ИЛА РАН). // URL: http://www.ilaran.ru/?n=199.

[19] Многие правительства готовы поручить НБР финансирование ключевых для правительства проектов, не оценивая рентабельность и народнохозяйственную эффективность необходимых инвестиций, степень воздействия убытков, возникающих в результате кредитования таких проектов, на капитал банка — тем самым НБР замещают скрытые расходы бюджета.

Литература

1. Андрианов В.Д. «Зеленые» тренды в деятельности коммерческих банков и финансовых институтов развития / Андрианов В.Д. Селявина Е.А. // Бизнес и банки. М., 2013. № 3.

2. *Андрианов В.Д., Селявина Е.А.* Международная финансовая корпорация: опыт стратегического управления // Проблемы теории и практики управления». 2012. № 9—10.

3. Доклад о мировом развитии 2002 года. Создание институциональных основ рыночной экономики. / Пер. с англ. — М.: Весь мир, 2002.

4. *Зверева А.В.* Международный опыт деятельности банков развития: Дис. ... канд. экон. наук: специальность 08.00.14; Защита от 23.11.06 / Финансовый университет при Правительстве РФ. — М.: Б.и., 2006.

5. Инновационное развитие — основа модернизации экономики России: Национальный доклад. — М.: ИМЭМО РАН, ГУ–ВШЭ, 2008.

Конкурентоспособность предприятий в условиях вступления в ВТО — опыт Польши: перспективы для России, польско-российское сотрудничество предприятий как основа для роста конкурентоспособности

Гжеляк Р.,
аспирантка Варшавской Школы Экономики, стажерка ФГБОУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», магистр экономики Университета города Лодзи

В статье представлена тема конкурентоспособности предприятий в условиях вступления в ВТО на основе опыта Польши и перспектив для России, а также идея польско-российского сотрудничества предприятий как основы для роста конкурентоспособности. Проанализирована макроэкономическая ситуация для развития польско-российского сотрудничества. 15 апреля 1994 года в Марракеше пописан Договор о Создании Всемирной Торговой Организации. Основными целями ВТО являются повышение стандарта жизни, развитие производства и торговли, снижение пошлин и барьеров борьба с дискриминацией. Польша (1995) и Россия (2012) являются членами ВТО. Принятие правил новой многосторонней торговой системы, принципов обмена для Польши влияет на повышение стабильности польской системы, что делает ее намного более предсказуемой. Кроме того, принятие Польшей правил, как в странах с устоявшейся рыночной экономикой, увеличивает привлекательность польских партнеров для иностранных инвесторов. Стратегические выгоды, для Российской Федерации, вытекающие из членства, это: повышение конкурентоспособности, открытость и прозрачность рынка, модернизация, рост торговли и ВВП, исправление имиджа.

На представленной ниже схеме видно, что вступление Польши в ВТО повлияло на рост экспорта и импорта Польши. Произошел рост торговли вообще и торговли товарами.

Каждый бизнес находится под влиянием конкретной среды, в которой существует. Базовой окружающей средой, которая должна быть рассмотрена в бизнесе компании, является макроэкономическая среда. Для оценки макроэкономических условий можно использовать следующие показатели: динамика ВВП, рынок труда, инфляция и денежно-кредитная политика, международная торговля, инвестиции, государственные финансы, промышленный спад.

Устойчивое конкурентное преимущество является результатом не только ресурсов предприятия, но и зависит от факторов, не связанных с предприятием или даже за пределами сектора, в которых работает компания.

Макроэкономическая среда предприятия для инвестора является тоже частью привлекательности предприятия. С другой стороны макроэкономическая среда дает условия для развития конкурентоспособности предприятия.

Рассматривая другой подход к макроэкономической среде как фону существования и развития предприятия, а также основе для польско-российского сотрудничества предприятий, которые способствует росту конкурентоспособности, следует, отметить следующие факторы.

Первым показателем, который будет рассмотрен, является ВВП.

Путем анализа экономического роста можно отметить, что присоединение Польши к Европейскому союзу способствовало улучшению положения польской экономики.

С 2004—2011 гг. ВВП ежегодно рос. За исключением 2009 и 2010 гг. В 2009 г. дал знать о себе мировой кризис. Индивидуальное потребление сократилось. На увеличение объема ВВП повлияла производительность труда. После вступления Польши в Европейский союз наступило

увеличение производительности труда. Причиной улучшения был приток прямых иностранных инвестиций в Польшу. Самый высокий уровень. В настоящее время химическая промышленность в России активно развивается. Будущее России с точки зрения ВТО будут формировать наука и технологии, являющиеся непременными условиями развития химической промышленности в России. В свою очередь, это справедливо и для развития польской торговли с Россией. Доля химии в промышленности растет. Особенно она высока в России. Доля химии стабилизовалось на похожем уровне в течение 2004—2011 гг. С незапамятных времен известно, что внешняя торговля является основой экономики. Экономики многих развитых и развивающихся стран основываются на экспорте. Очень выгодным является международная торговля, основанная на специализации производства. Преимущества вытекают из различия в абсолютных затратах на производство товаров. Таким образом для каждого государства, выгодно производство такого продукта, на который производственные затраты ниже, чем у иностранного партнера.

В течение 2004—2011 гг. в стоимости ВВП больше места занимал экспорт товаров и услуг. Стоимость в данный период постоянно увеличивалась. Однако экспортировано больше в России. Значительный рост экспорта России наблюдается в 2008 и 2011 гг..

В течение 2004—2009 гг. торговый баланс России остается удовлетворительным. В 2009 г. наступил глобальный финансовой кризис и в это время возникают снижение экспорта и импорта. Во время глобального спада на снижение российского импорта действуют:

- *снижение рубля, реальных доходов населения,*
- *сокращение инвестиций,*
- *трудности в получении кредита.*

В течение 2004—2008 гг. наблюдается тенденция к росту импорта, который превышал экспорт, что является следствием сокращения доли чистого экспорта в ВВП РФ. В 2006-м снизился импорт с увеличением спроса, и это также являлось позитивным аспектом роста.

Симптомами 2006 г., которые в будущем могут быть двигателем роста российской экономики, являются:

- *снижение силы национальной валюты через сокращение притока доходов от экспорта,*
- *улучшение ресурсов производства, которые увеличат производство и конкурентоспособность,*
- *осуществление экономической политики государства, связанной с повышением конкурентоспособности обрабатывающего сектора, путем поддержки развития технологий, человеческого капитала и снижения энергоемкости экономики.*

Экономика России и многих других стран, связанных с добычей нефти и газа, зависит от цены на эти сырьевые материалы. Доходы от экспорта нефти для России и для других стран зависят от уровня мировых цен.

Торговля с Российской Федерацией является важной темой, потому что Россия является третьим важным торговых партнером стран Европейского союза (ЕС-27). Из стран ЕС для РФ являются крупнейшими экспортерами Германия, Италия и Франция, в то время как крупнейшими импортерами являются Германия, Италия и Франция и Польша. Еще один индикатор — это уровень инфляции. В 2011 г. рост цен по сравнению с предыдущим годом был вызван особенно большим колебанием цен на продовольствие и энергетическое сырье на международном рынке. Анализируя тенденции к спаду в 2005 г., следует отметить, что за первые пять месяцев 2005 г. ежегодный темп инфляции был высоким, что было связано с ростом цен в течение первых лет членства Польши в ЕС. В последующие годы наблюдается снижение уровня инфляции. Причиной этой ситуации, помимо компенсации статистической базы было уменьшение в динамике цен на продукты питания и безалкогольные напитки, а также цены на топливо.

Безработица в России в течение 2004—2011 гг. стабилизовалась на уровне 8%. В Польше ситуация сложнее. Очень высокий уровень в 2004-м — 18% в сравнении с ситуацией в России являлся критичным. Потом год за годом безработица снизилась до уровня около 8% однако такой уровень тоже не является удовлетворительным. Но причиной снижения являлось вступление Польши в ЕС и миграции в поиске работы.

Сомнения вызывает тот факт, что реально растет уровень студентов, не востребованных рынком, не являющихся высококалифицированными работниками, но не растет уровень специалистов, которые смогут заняться профессиональной физической работой. Безработица в России является довольно диверсифицированной концепцией. Это означает, что уровень безработицы является одним в Москве, Санкт-Петербурге и другим — в Ингушетии. Уровень безработицы сократился с 8 до 7%, за исключением 2008 и 2009 гг. — что является результатом глобального кризиса.

Кажется невозможным функционирование польской экономики без сотрудничества с зарубежными партнерами. Падение притока прямых иностранных инвестиций в Польшу наступило, по данным ЦСУ, в 2005, 2008, 2009, 2010 гг. Таким образом, является ли Польша непривлекательной страной с точки зрения инвестиций? Анализируя размер притока ПИИ, надо помнить, однако, что в последние годы значительное влияние имеет приватизация. Польша, по сравнению с новыми членами ЕС является страной, привлекательной для инвестиций. Как в 2005 так и 2006 г. значительную роль в ПИИ в Польшу составили новые технологии. В качестве примера можно привести сотрудничество с такими компаниями, как Sharp, Toshiba, Dell. Можно сказать, что Польша является привлекательной страной для иностранных инвесторов.

По мнению специалистов Министерства экономики Польши, Польша предлагает уникальные бизнес и инвестиционные возможности. Является одним из крупных членов Европейского союза, в котором можно найти гарантии стабильности и безопасности. Для европейских компаний также важным является географическая близость, культурная и правовая системы. Эко-бизнес-среды создают благоприятные условия для достижения успеха. В Польше иностранные инвесторы могут заниматься интересными и выгодными мероприятиями.

Согласно результатам исследований, опубликованных в 2006 г. A.T. KearneyForeignDirectInvestmentConfidenceIndex, в рейтинге стран поощрения надежных глобальных

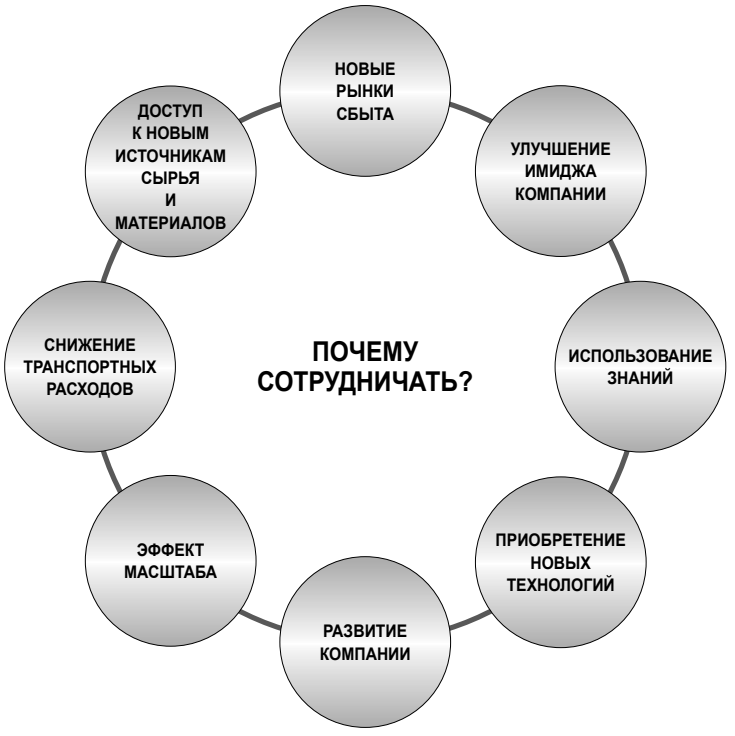


Рис. 1. Причины сотрудничества

инвесторов Польша поднялась с двенадцатого на пятое место. Это было обусловлено интересами инвесторов из США и Европы. Когда в 2005 г. собрали данные для рапорта, Америка восприняла Польшу, как седьмой из самых привлекательных мест инвестиций (12-е место в 2004 г., Европа воспринимала Польшу на 3-м месте (раньше 6-е место).

Важным показателем экономической ситуации является продукция, проданная промышленностью.

Продукция, проданная промышленностью, в 2004—2011 гг. показала тенденцию к росту, за исключением 2009 г., когда проявилось влияние кризиса. В 2011 г. произошло особенно высокое увеличение этого показателя. Достигнутый уровень увеличения производства в Польше был одним из самых высоких результатов среди всех государств — членов ЕС.

Рассматривая польско-российское сотрудничество как путь повышения конкурентоспособности предприятий следует проанализировать показатели по сотрудничеству двух стран.

В течение 2004—2011 гг. экспорт России в Польшу увеличивался. Самый высокий уровень в 2008 г. — 20 биллионов. Значительно меньше импортирует Россия из Польши. Факторы или условия, которые способствуют развитию сотрудничества:

- *Экономическая ситуация*
- *увеличение ВВП, спроса, ПИИ в Польше*
- *расширения экспорта*
- *увеличение объемов промышленного производства*
- *снижение обменного курса и снижения реального обменного курса в Польше, которые внесли свой вклад в улучшение конкурентоспособности и стабильности на внешних рынках*
- *Правовая база*
- *Снижение импортных пошлин (изменения в 1147 случаях).*

Различные меры, направленные на увеличение экспорта, например трансграничные программы (пример: Литва — Польша, Россия), смены в таможенных пошлинах Российской Федерации после вступления в ВТО, торги и выставки, комплексные программы развития торговли, консультационные услуги для сотрудничающих, предприятий и институтов, возмещение расходов, экспортных сертификатов, возмещение расходов на промоакцию, экспортные кредиты,возмещение экспортерам части затрат на уплату процентов по кредитам, государственное гарантирование, страхование экспортных кредитов и инвестиций:

- *профицит торгового баланса инвестиций влияет на приток иностранных валют и укрепление национальной валюты, которые дополнительно приводят к росту импорта и потока иностранных инвестиций;*
- *наука и технологии;*
- *улучшение;*

ресурсов производства, которые увеличат производство и конкурентоспособность;

- *популяризация сотрудничества;*
- *осуществление экономической политики, связанной с повышением конкурентоспособности;*
- *осуществление проектов.*

В современных условиях глобализации и активного технологического развития успех промышленных предприятий зависит от интеграции, а не от уровня самостоятельности на рынке. Интернационализация предприятий — процесс, определяющий успех на международной арене. Сотрудничество предприятий влияет на конкурентоспособность предприятий.

Формирование цивилизованного социально-экономического портрета молодого поколения России в рамках государственной системы социальной рекламы

Нифаева О.,
к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента, Брянский государственный технический университет

В статье обоснована необходимость формирования цивилизованного социально-экономического портрета российской молодежи с помощью социальной рекламы. На основе глубокого анализа данных социологических исследований в статье выделены ключевые направления социальной рекламы с учетом менталитета и ценностей молодежи. Предлагается использовать социальную рекламу как инструмент государственной информационной политики.

Ключевые слова: **социальная реклама, цивилизованные экономические отношения, ценности молодежи.**

Formation of a civilized social and economic portrait of the younger generation of Russian as part of the state system of social advertising

Nifayeva O.,
PhD, associate Professor, Department of Economics and Management, Bryansk State Technical University

The article substantiates the need for a civilized social and economic portrait of the Russian youth with social advertising. On the basis of a thorough analysis of the data of sociological research in the article highlights the key areas of public service with the mentality and values of young people. It is proposed to use the PSAs as an instrument of state information policy.

Keywords: **social advertising, civilized economic relations, values of young people.**

Трансформационные процессы, происходящие в России с 1990-х гг., оказали особое, не всегда положительное влияние на *молодое поколение — главный носитель модернизационного и инновационного потенциала страны.* Сегодня духовные ценности в поведенческих ориентациях молодежи уступают место материальным, «вещным» ценностям. Одной из причин этого (наряду с негативным влиянием массовой культуры, виртуализации жизненного пространства посредством телевидения, кино, компьютерных игр, Интернета) является коммерческая реклама, всячески приветствующая потребление материальных благ и апеллирующая к духовным ценностям только с целью манипулирования сознанием потребителей [16, с. 23].

Как следствие, в среде российской молодежи усиливаются крайне негативные тенденции *снижения уровня физического и морального здоровья,* которые не могут не отразиться на характере экономических отношений. Образование, семья и СМИ больше не выполняют воспитательную функцию, усугубляя проблемы социализации молодежи. С одной стороны, молодежь отличается инициативностью, готовностью к переменам, восприятию всего нового, преимуществами возраста, владением современными информационными технологиями. С другой стороны, ценности добра, товарищества, взаимопомощи, дружбы, трудолюбия и ответственности больше не являются определяющими в жизни подрастающего поколения [8, 13]. И это неудивительно, так как в российском обществе нисходящая социальная мобильность в четыре раза превосходит восходящую, то есть для молодого россиянина вероятность опуститься на социальное дно в четыре раза больше, чем повысить свой социальный статус.

Показательно, что 48% россиян в возрасте до 29 лет испытывают дискомфорт по поводу возраста [15, с. 337], то есть практически каждый второй молодой россиянин уверен, что в обществе существуют барьеры для продвижения молодежи [8, с. 21].

Предложить подрастающему поколению новые ценности и модели поведения, востребованные в цивилизованных экономических отношениях, а также альтернативы аморальному и физически инертному поведению могла бы социальная реклама.

Отдельных ориентированных на поддержку молодежи проектов и не пользующихся массовым зрительским спросом детских каналов недостаточно для *использования всего арсенала государственных социальных коммуникаций в воспитательном процессе.*

Подрастающее поколение — это основа будущего общества. От того, какие духовно-нравственные ценности будут в них заложены сейчас, зависит культура населения, характер экономических отношений, в конечном счете возможности выживания и успешного развития страны. Между тем, согласно социологическим исследованиям, в студенческой среде распространены такие явления, как спекуляция, фарцовка (32%), обман, авантюризм (26%), вымогательство, стяжательство (25%), воровство, грабеж (28%), участие в драках, дебошах (33%), склонность к терроризму, насилию (27%), изнасилование и склонность к нему (22%), затяжное пьянство (28%), торговля наркотиками (24%), потребление наркотиков (28%), гомосексуализм (11%), проституция (28%), склонность к самоубийству (20%) [17, с. 22]. В качестве жизненных установок молодое поколение выбирает успех, материальное благополучие, власть, конкурентоспособность, самостоятельность, тогда как понятия сострадания, следования моральным нормам, напряженного труда отходят на второй план [16, с. 29]. Для исправления ситуации следует в рамках государственной системы социальной рекламы, описанной в нашей предыдущей статье [12], проводить информационную работу по рассмотренным ниже направлениям.

Отсутствие положительных примеров для подражания

Проблемы детей и молодежи во многом связаны с *дефицитом позитивных примеров для подражания,* особенно в современных СМИ, и идеалов, необходимых для самоидентификации подрастающего поколения [9, с. 21]. Поэтому в качестве примеров для подражания молодежь выбирает не великих соотечественников (ученых, общественных деятелей, спортсменов), а героев светской хроники, популярных фильмов и литературы. 45% учащихся 11-х классов Краснодара, участвовавших в исследовании 2005/06 учебного года, ответили, что примеров для подражания нет, еще 10% не нуждаются в таких примерах, только 18% указали на своих родителей, 17% вообще не смогли ответить на этот вопрос. Можно предположить, что и в настоящее время ситуация значительно не изменилась. Как следствие, по данным исследования Т. Хагурова среди школьников 9—11-х классов, их родителей и учителей, 63% учителей и 52% родителей охарактеризовали ситуацию с поведением и нравственностью школьников как неблагополучную. В числе наиболее значимых причин респонденты назвали нехватку времени у родителей, обилие дурных примеров вокруг, особенно из СМИ и шоу-бизнеса, трудности в выборе образцов для подражания и *отсутствие в стране общей идеи*, идеологии. Поэтому социальная реклама должна предлагать детям и молодежи альтернативы, новые примеры и идеи нравственности и человечности.

Дети и молодежь как потребители

Детям и подросткам современная реклама уготовила роль потребителей. Неудивительно, что критерием самореализации молодежи сегодня является материальное благополучие. Существуют целые секторы экономики (шоу-бизнес, одежда), работающие на молодежь, — так называемая *молодежная индустрия* [8, с. 20]. В этих условиях необходимо дать молодому поколению иное представление о материальных ценностях, воздействуя на такие свойства молодой психики, как желание отличаться от других, выделиться из толпы, заявить о себе, обозначить превосходство своих умственных и физических способностей.

Из социальной рекламы дети и подростки должны узнать, что отличаться от других — значит не пить, не курить, добиваться всего своим трудом, стремиться к

овладению новыми знаниями и навыками, развивать свои таланты, уважать и помогать другим людям.

В условиях рыночной экономики превалирующим качеством наших детей и подростков стал *эгоизм*, стремление добиться желаемого любой ценой. При этом, как показал опрос, проведенный среди студентов московских вузов, лучшими и наиболее эффективными практическими средствами достижения целей являются предприимчивость (85%) и полезные связи (82%) [8, с. 22]. По данным исследования Т. Кирилиной, около трети опрошенных ею студентов готовы пойти против совести и поступить безнравственно ради личного материального благосостояния [7, с. 3].

Поэтому с помощью социальной рекламы необходимо воспитывать в молодом поколении такие качества, как доброта, дружба, умение делиться, показывая, что именно они, а не жадность и корысть, вызывают уважение окружающих, появление новых друзей, успех в жизни. Проникая в сознание подрастающего поколения, эти мысли будут способствовать нейтрализации крайних форм эгоизма и *развитию традиционных для российского народа ценностей товарищества, крепкой, бескорыстной дружбы.*

Социальная реклама в контексте системы образования

Система образования — важнейший после семьи социальный институт формирования ценностных ориентаций молодого поколения. С. Кара-Мурза называет систему образования «генетической матрицей культуры» [5, с. 247].

В связи с переходом России на инновационный путь развития потребности в образовании и его роль изменяются. В последнее время отмечается снижение качества реального уровня образования, средняя и высшая школа превращаются в активного участника товарно-денежных отношений с учащимися и их родителями, снижаются требования к уровню знаний и дисциплины в учебных заведениях [4, 14, 17]. Американские исследователи отмечают снижение способности к восприятию сложных, абстрактных идей у молодежи и падение в связи с этим престижа «чистых» академических направлений подготовки в вузах, отсутствие интереса ко всему, что не связано с материальной пользой, ограниченность мышления [17, с. 26]. Неудивительно, что 21% студентов связывают получение высшего образования не с приобретением новых знаний и перспективами дальнейшего профессионального развития, а с получением некоего социального статуса [10, с. 31]. В связи с этим посредством социальной рекламы следует внедрять в сознание детей и молодежи то главное, что потребуется от них в новых социально-экономических условиях: стремление к знаниям, повышению уровня образования как способам достижения успеха и материального благополучия.

Рынок труда и социальная реклама

Сегодня, в том числе под влиянием коммерческой рекламы, в стране возникла ситуация, при которой имеют место явные диспропорции в структуре спроса и предложения рабочей силы. Среди безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости, — 40,6% молодые люди до 30 лет. Средний возраст российского безработного — 35,6 года [3, с. 184].

Больше половины студентов (48% будущих инженеров и 66% экономистов) не уверены в том, что их образовательная подготовка соответствует требованиям рынка труда, следовательно, возможности их трудоустройства снижаются [10, с. 31].

По данным исследования «Социальное воспроизводство потенциала студенческой молодежи высшего учебного заведения», только 35% респондентов оценивают свои жизненные перспективы после получения высшего образования как отличные [10, с. 30]. Опросы сотрудников кадровых агентств и работодателей подтверждают это и позволяют выделить такие причины невостребованности выпускников вузов, как недостаточный уровень подготовки для работы по специальности, отсутствие опыта работы, слабая сформированность профессионально важных качеств и другие. По прогнозам субъектов Российской Федерации, по профессионально-квалификационной структуре сегодня имеют риск быть нетрудоустроенными выпускники с образованием экономического (30%), гуманитарного (11%), педагогического (7%), сельскохозяйственного (6%) и строительного (5%) профилей [2, 6], хотя именно такие направления будущей профессиональной деятельности выбирают подростки и их родители.

В условиях, когда престиж рабочих и инженерных специальностей, так необходимых для возрождения промышленного потенциала страны, очень низкий, большинство абитуриентов выбирают гуманитарные специальности, несмотря на то что оплата труда квалифицированного рабочего может быть больше, чем оплата труда специалиста с высшим образованием.

Важно отметить и то, что при выборе будущей специальности молодежь так или иначе испытывает влияние кино и рекламы, в которых демонстрируется состоятельная жизнь не врачей или ученых, а топ-менеджеров, политиков, бизнесменов, которые много зарабатывают, предпочитая теневые, неформальные способы достижения успеха. Все это также угрожает стабильности социально-экономического развития страны [8, с. 12].

Таким образом, система образования в большей мере утратила свои воспитательные, просвещенческие функции, превратившись в инструмент получения исключительно документа об образовании. Причем ситуация дошла до того, что сам документ о высшем образовании приобретает лишь номинальные функции, перестает быть свидетельством интеллектуального капитала, инструментом восходящей социальной мобильности, не являясь гарантией наличия каких-либо знаний вообще или получения работы [11, с. 29].

Следовательно, с помощью социальной рекламы необходимо возродить высокую миссию образования, заключающуюся не только в получении профессионально компетентного гражданина, не имеющего проблем с трудоустройством, способного выдержать конкуренцию, но и в воспитании высоконравственного человека,

способного к дальнейшему саморазвитию и самосовершенствованию на благо семьи и родины. Это особенно важно в сложившихся на рынке труда условиях конкуренции между потенциальными работниками, а также с учетом того, что новый инновационный этап развития России требует постоянного обновления знаний, освоения новых навыков, овладения новыми профессиями (так называемые непрерывное образование и опережающее обучение). Для этого социальная реклама должна также активно использоваться в процессе профориентационной работы, раскрывая содержание тех или иных профессий, их востребованность экономикой страны, показывая, что они дают молодым людям и обществу, какие требования к ним предъявляют.

Социальная реклама для детей и молодежи как инструмент государственной информационной политики

Социальная реклама, ориентированная на молодое поколение, будущее нации, должна стать неотъемлемым инструментом государственной информационной политики. Проводимые в настоящее время единичные, не связанные между собой рекламные кампании о том, что хорошо бы не пить, не курить или заниматься спортом, не могут оказать существенного воздействия на молодежную аудиторию, которая каждый день на улицах городов, в кино, рекламе и Интернете слышит и видит совсем другие призывы. Нужно с той же настойчивостью, что и коммерческая реклама, предлагать подрастающему поколению альтернативы нездоровому и аморальному поведению, учитывая психологические особенности детей и подростков.

Поэтому разработкой социальной рекламы для молодой аудитории должны заниматься профессионалы, в том числе психологи, социологи, педагоги, а не деятели искусства в свободное от основной работы время [1]. Социальная реклама должна обязательно проходить предварительное тестирование на небольшой группе представителей целевой аудитории, иначе она может иметь крайне негативные последствия.

Ключевыми направлениями социальной рекламы для молодежи должны стать борьба с вредными привычками и активизация занятий физической культурой и спортом, пропаганда постиндустриальных ценностей гуманизма, взаимного уважения, долга, ответственности, трудолюбия, интеллекта, повышение уровня патриотизма в молодежной среде. Только на этой основе можно воспитать поколение новых молодых россиян, которые гордятся своей страной, стремятся к новым знаниям, готовы зарабатывать своим трудом и считаться с интересами других людей.

Важно помнить, что дети и молодежь — полноправные субъекты экономических отношений, их ценностные ориентации будут определять характер экономического механизма России в будущем, поэтому информационное воздействие государственной системы социальной рекламы должно быть направлено прежде всего на молодое поколение.

Литература

1. *Бердюгин О.* О качестве социальной рекламы. — http://www.socreklama.ru/analytics/list.php?ELEMENT_ID=5392&SECTION_ID=107.
2. Доклад заместителя министра образования и науки Российской Федерации В.В. Миклушевского на совещании ректоров высших учебных заведений 28 января 2009 года. — http://labourmarket.ru/crisis_actions.php.
3. Женщины и мужчины России. 2010: стат. сб. — М.: Росстат, 2010. — 283 с.
4. *Зборовский Г.Е.* Образование как ресурс информационного общества/ Г. Е. Зборовский, Е.А. Шуклина // Социологические исследования. — 2005. — № 7. — С. 107—114.
5. *Кара-Мурза С.Г.* Манипуляции сознанием/ С.Г. Кара-Мурза. — М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. — 832 с.
6. *Кижеватова, В.А.* Социально-трудовой потенциал современного российского общества: механизмы и способы управленческого воздействия: автореф. дис.... д-ра социолог. наук/ В. А. Кижеватова. — М., 2009. — 52 с.
7. *Кирилина Т.Ю.* Становление социологии морали: социолого-исторический анализ:автореф. дис.... д-ра социолог. наук/ Т.Ю. Кирилина. — М., 2009. — 43 с.
8. *Кротов Д.В.* Социальный капитал Российской молодежи: автореф. дис.... д-ра социолог. наук/ Д.В. Кротов. — Ростов-н/Д., 2009. — 43 с.
9. *Лескова И.В.* Социальная идентичность в условиях трансформации российского общества: автореф. дис.... д-ра социолог. наук/ И. В. Лескова. — М., 2008. — 46 с.
10. *Лопухин В.Ю.* Социальное воспроизводство человеческого фактора в условиях инновационных преобразований России: автореф. дис.... д-ра социолог. наук/ В.Ю. Лопухин. — Саратов, 2011. — 44 с.
11. *Нечушкин А.Ю.* Групповой эгоизм в российском обществе: социологический анализ: автореф. дис.... д-ра социолог. наук/ А. Ю. Нечушкин. — Ростов-н/Д, 2007. — 46 с.
12. *Нифаева О.В.* Основные элементы и принципы построения системы социальной рекламы в России/ О. В. Нифаева // Вестник Брянского государственного университета. Серия Экономика. — 2012. — № 3 (2). — С. 126—131.
13. *Орлова В.В.* Социализация молодежи в условиях трансформации современного российского общества (на материалах Томской и Кемеровской областей): автореф. дис.... д-ра социолог. наук/ В.В. Орлова. — Улан-Удэ, 2011. — 35 с.
14. *Покровский Н.Е.* Российское общество в контексте американизации (принципиальная схема)/ Н.Е. Покровский // Социологические исследования. — 2000. — № 6. — С. 5—12.
15. Российская идентичность в условиях трансформации: опыт социологического анализа/ отв. ред. М.К. Горшков, Н.Е. Тихонова. — М.: Наука, 2005. — 396 с.
16. *Толмачева С.В.* Реклама как социокультурный фактор формирования ценностных ориентаций молодежи: автореф. дис.... д-ра социолог. наук/ С.В. Толмачева. — Тюмень, 2007. — 41 с.
17. *Хагуров Т.А.* Дисфункции процессов социализации и социального контроля в условиях массовой потребительской культуры (проблемы девиантологического анализа): автореф. дис.... д-ра социолог. наук/ Т.А. Хагуров. — М., 2007. — 42 с.

Социализация лиц с ограниченными возможностями здоровья как путь к экономическому росту России

Скворцова Е.,
студент факультета управления и экономики, Чебоксарский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Работа посвящена вопросам социализации лиц с ограниченными возможностями здоровья. На основе анализа результатов реализации государственной политики в данной сфере в Российской Федерации и в Чувашской Республике автор выделят ряд проблем. И изучив задачи и сущность процесса реабилитации и социализации, в качестве меры по решению отдельных проблем предлагает к рассмотрению собственный проект «площадки социального развития детей с ограниченными возможностями здоровья» как будущих полноценных участников экономического общества.

Ключевые слова: экономическое общество, люди с ограниченными возможностями здоровья, социальная политика, социализация, социализация детей с ограниченными возможностями.

ОБЩЕСТВО

Socialization of individuals with disabilities as a path to economic growth of Russia

Skvortsova E.,
student, faculty of management and economics, Cheboksary branch Russian Academy of national economy and public administration under the President of the Russian Federation

The work deals with the socialization of individuals with disabilities. Based on the analysis of the results of the implementation of State policy in this sphere in the Russian Federation and author of the Chuvash Republic will allocate a number of problems. And examining the objectives and the essence of the process of rehabilitation and socialization, as measures to solve individual problems offers up its own platform project social development of children with limited health abilities», as future full of economic society.

Keywords: economic society, people with disabilities, person with disabilities, social politics, socialization, socialization of children with special health needs.

Затрагивая вопросы экономического роста страны, России в частности, мы подразумеваем необходимость создания условий мобилизации всех ресурсов, включения в процесс развития страны всего населения. И отдельного внимания, на наш взгляд, здесь достойны лица, имеющие инвалидность. Так как существующие в стране условия либо создают препятствия для этих людей, что приводит к их дискриминации и социальной изоляции (по мнению автора, вызывая существенный экономический ущерб), либо способствуют максимально возможному

участию в экономической, гражданской и социальной жизни общества.

Официально в Российской Федерации инвалидами считаются свыше восьми миллионов человек. И каждый год эта цифра увеличивается. При этом отмечается прогрессирующий рост числа инвалидов во всех возрастных группах с одновременным увеличением доли инвалидов, имеющих I и II группы инвалидности. Это люди с ограничениями в возможностях, обусловленных физическими, психологическими, сенсорными отклонениями, вследствие которых возникают социальные, законодательные и иные барьеры, не позволяющие человеку, имеющему инвалидность, быть интегрированным в общество и принимать участие в жизни семьи или общества на таких же основаниях, как и другие члены общества.

Отдельно отметим, что рост числа инвалидов происходит на фоне постоянно сокращающейся численности населения и роста заболеваемости, ухудшения социально-экономических условий жизни и экологической ситуации[1]. Ежегодно в стране, согласно статистической информации, рождается около 30 тысяч детей с врожденными наследственными заболеваниями, среди них 70—75% являются инвалидами[2]. А инвалидность у детей означает существенное ограничение жизнедеятельности, приводящее к социальной дезадаптации вследствие нарушений развития и роста ребенка, способностей к самообслуживанию, передвижению, ориентации, контроля за своим поведением, к затруднениям в обучении, общении, овладении профессиональными навыками и трудовой деятельности в будущем. И только за последнее десятилетие частота детской инвалидности в России удвоилась, за последние двадцать лет численность детей-инвалидов увеличилась в 12 раз, а по прогнозам, уже в ближайшие десять лет число их достигнет 1,2—1,5 млн.[3] Только 15% инвалидов трудоспособного возраста вовлечены в профессиональную деятельность. При этом подавляющее большинство инвалидов хотели бы работать и зарабатывать, но не могут реализовать свое право на труд.[4]

Описанная ситуация говорит о чрезвычайной актуализации проблемы социализации людей с ограниченными возможностями здоровья. В настоящие время процесс социализации является предметом исследования специалистов многих отраслей научного знания: психологов, философов, социологов, педагогов, социальных психологов и т. д. Специалисты раскрывают различные аспекты социализации, исследуют факторы, механизмы, этапы и стадии этого процесса. Однако в отечественных исследованиях проблемы социализации инвалидов, детей-инвалидов все еще не занимают должного внимания.

В современной России имеются различные формы, виды, уровни профессиональной подготовки и профессионального образования для детей с ограниченными возможностями здоровья различных категорий. Самой глобальной программой является государственная программа «Доступная среда», направленная на формирование к 2015 году условий, для обеспечения равного доступа инвалидов, наравне с другими, к физическому окружению, к транспорту, к информации и связи, а также объектам и услугам, открытым или предоставляемым для населения.

К ожидаемым результатам реализации программы относятся:

- *повышение уровня и качества жизни, уровня конкурентоспособности инвалидов на рынке труда, эффективности их реабилитации за счет повышения доступности объектов социальной инфраструктуры;*
- *повышение эффективности и результативности расходов бюджетов всех уровней на решение проблем инвалидности и инвалидов посредством внедрения унифицированных подходов, норм, нормативов и стандартов обеспечения доступной среды, а также использования создаваемой информационной базы данных;*
- *повышение социальной активности, преодоление самоизоляции инвалидов и негативного отношения к инвалидам, роста уровня социальной сплоченности и социальной стабильности в обществе;*
- *повышение инвестиционной привлекательности производств товаров и услуг для инвалидов, развитие отечественного рынка товаропроизводителей и рост конкурентоспособности производимых ими товаров и услуг;*
- *интенсификация процесса формирования доступной среды в стране, включая общероссийские общественные организации и бизнес-сообщество.*

Кроме того, в рамках Федеральной целевой программы развития образования на 2011—2015 годы реализуется 11 проектов по «Социализации детей с ограниченными возможностями здоровья», направленных[5]:

- *на обеспечение эффективной реализации мероприятий по развитию системы образования детей и создания на территории Российской Федерации условий для образования детей с ограниченными возможностями здоровья;*
- *разработку новых программ профессионального образования для детей с ограниченными возможностями здоровья по востребованным на рынке труда профессиям и соответствующих программ трудового и профессионального обучения в специальных (коррекционных) образовательных учреждениях;*
- *апробацию и внедрение учебно-методических комплексов нового поколения для детей с ограниченными возможностями здоровья;*
- *разработку нового содержания общеобразовательных программ дошкольного образования для детей с ограниченными возможностями здоровья, находящихся*

[1] Постановление Правительства РФ от 16.01.1995 № 59 о Федеральной комплексной программе «Социальная поддержка инвалидов» (Текст документа по состоянию на июль 2011 года).

[2] *Панов А.М.* Центры социальной реабилитации детей с ограниченными возможностями — эффективная форма социального обслуживания семьи и детей.

[3] Глобальная инвалидность. Цифры и факты. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.dislife.ru/flow/theme/207/.

[4] Инвалиды в России: проблемы и решения. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.izh.ru/izh/info/29886.html.

[5] См.: Справка по вопросу реализации Федеральной целевой программы развития образования на 2011—2015 годы в части социализации и здоровьесбережения детей. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : eurekanet.ru/res_ru/0_hfile_320...

в дошкольных образовательных учреждениях, в соответствии с основными приоритетами российского образования, в частности с использованием в таких образовательных программах необходимого программного обеспечения, базирующегося на современных педагогических технологиях;

● *совершенствование статистического инструментария учета и мониторинга соблюдения права на образование детей с ограниченными возможностями здоровья и детей-инвалидов.*

К сожалению, проведенный анализ вынуждает согласиться с выводом о том, что «социальная политика в России, ориентированная на инвалидов, взрослых и детей, в большей степени строится сегодня на основе медицинской модели инвалидности. Исходя из этой модели, инвалидность рассматривается как недуг, заболевание, патология.

Такая модель вольно или невольно ослабляет социальную позицию человека, имеющего инвалидность, снижает его социальную значимость, обособляет от «нормального» сообщества уже с детства, усугубляет его неравный социальный статус, обрекает его на признание своего неравенства, неконкурентоспособности по сравнению с другими детьми. Медицинская модель определяет и методику работы с инвалидом, которая имеет патерналистский характер и предполагает лечение, трудотерапию, создание служб, помогающих человеку выживать»[6].

Часто следствием ориентации общества и государства на эту модель является изоляция ребенка с ограниченными возможностями от общества в специализированном учебном заведении. Изоляция в свою очередь приводит к замкнутости, отказу от развития и познания чего-то нового, к деградации. А ведь здесь чрезвычайно важными являются именно навыки социального взаимодействия, и обучение ребенка навыкам общения с другими детьми является необходимым компонентом любой реабилитационной программы раннего вмешательства. И Россия только начинает развитие в этом направлении в отличие от других развитых стран, где люди с инвалидностью живут полной жизнью: путешествуют, танцуют, играют в спортивные игры, участвуют в соревнованиях. Им не препятствуют, наоборот дают возможности развить себя в различных областях.

Программа реабилитации — это четкий план, схема совместных действий родителей и специалистов, способствующих развитию способностей ребенка, его оздоровлению, социальной адаптации (например, профессиональной ориентации), причем в этом плане обязательно предусматриваются мероприятия относительно других членов семьи: приобретение родителями специальных знаний, психологическая поддержка семьи, помощь семье в организации отдыха, восстановления сил и т. д. Каждый период программы имеет цель, которая разбивается на ряд подцелей, поскольку предстоит работать сразу в нескольких направлениях, подключая к процессу реабилитации разных специалистов.

[6] *Саввина М.Н.* «Проблемы социализации детей и молодежи с ограниченными возможностями здоровья»

В зависимости от этапа реабилитации меняются задачи, а также ее формы и методы. Если задача первого этапа — восстановительного — профилактика дефекта, госпитализация, установление инвалидности, то задача последующих этапов — приспособление индивидуума к жизни и труду, его бытовое и последующее трудовое устройство, создание благоприятной психологической и социальной микросреды. Методы реабилитации зависят от тяжести заболевания или травмы, особенности клинической симптоматики особенностей личности больного и социальных условий. Формы воздействия при этом разнообразны — от активного первоначального биологического лечения до «лечения средой», психотерапии, лечения занятостью, роль которых возрастает на последующих этапах.

То есть реабилитация — это не просто оптимизация лечения, а комплекс мероприятий, направленных не только на самого ребенка, но и на его окружение, в первую очередь на его семью. В этой связи важное значение для реабилитационной программы имеют групповая психотерапия, семейная терапия, трудовая терапия и терапия средой. В процессе реабилитации должно происходить изменение ориентации — от медицинской модели (установка на болезнь) к антропоцентрической (установка на связь индивида с социальной средой).

В будущем дети, пройдя реабилитацию, смогут адаптироваться к новой обстановке и взрослой жизни. Устроившись на работу привносить вклад в экономику страны, тем самым осознавать себя полноценными членами общества.

Литература

1. Постановление Правительства РФ от 16.01.1995 № 59 о Федеральной комплексной программе «Социальная поддержка инвалидов»: по состоянию на июль 2011 года. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.bestpravo.ru/rossijskoje/bh-dokumenty/m1k.htm.

2. Федеральная целевая программа развития образования на 2011—2015 годы. [Электронный ресурс]. Департамент государственных целевых программ и капитальных вложений Минэкономразвития России. Разработка и поддержка ТС ВПК. Режим доступа : http://www.rg.ru/2011/03/09/obrazovanie-site-dok.html.

3. ФЦП: Государственная программа «Доступная среда» на 2011—2015 годы. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ ViewFcp/View/2011/392/.

4. *Бармина Ю.А.* Социализация детей с ограниченными возможностями здоровья в сетевом воспитательном пространстве, г. Владимир., УДК 376.1 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа : work.insto.ru/insto/conf/DocLib/Бармина_Владимир.doc.

5. Глобальная инвалидность. Цифры и факты. [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://www.dislife.ru/flow/theme/207/.

6. Инвалиды в России: проблемы и решения. [Электронный ресурс] / по данным ГУ УР ЦЗН г. Ижевска и материалам «Российской газеты» / Режим доступа: http://www.izh.ru/izh/info/29886.html.

Практика обмена культурными ценностями при организации трансляций балетных и оперных спектаклей в кинотеатрах России

Соколова Ю.,
студентка, Финансовый университет при Правительстве РФ

Автором статьи проанализировано современное состояние рынка трансляции балетных и оперных спектаклей в кинотеатрах. Выявлены тенденции развития рынка, а также предложен новый инструментарий, позволяющий развивать бизнес на данном сегменте и продвигать отечественные достижения в области культуры и науки по всему миру.

Ключевые слова: **культурные ценности, маркетинг в сфере искусства, рынок культуры и искусства.**

The practice of exchanging cultural values of the organization broadcasts ballet and opera performances in Russian cinemas

Sokolova Y.,
student Financial University under the Government of the Russian Federation

The author of the article analyzes the current state of the market broadcast opera and ballet performances in theaters. The trends of the market, and also provides a new tool that allows you to grow your business in this segment, and promote national achievements in the fields of culture and science worldwide.

Keywords: **culture, marketing in the field of art, culture and arts market.**

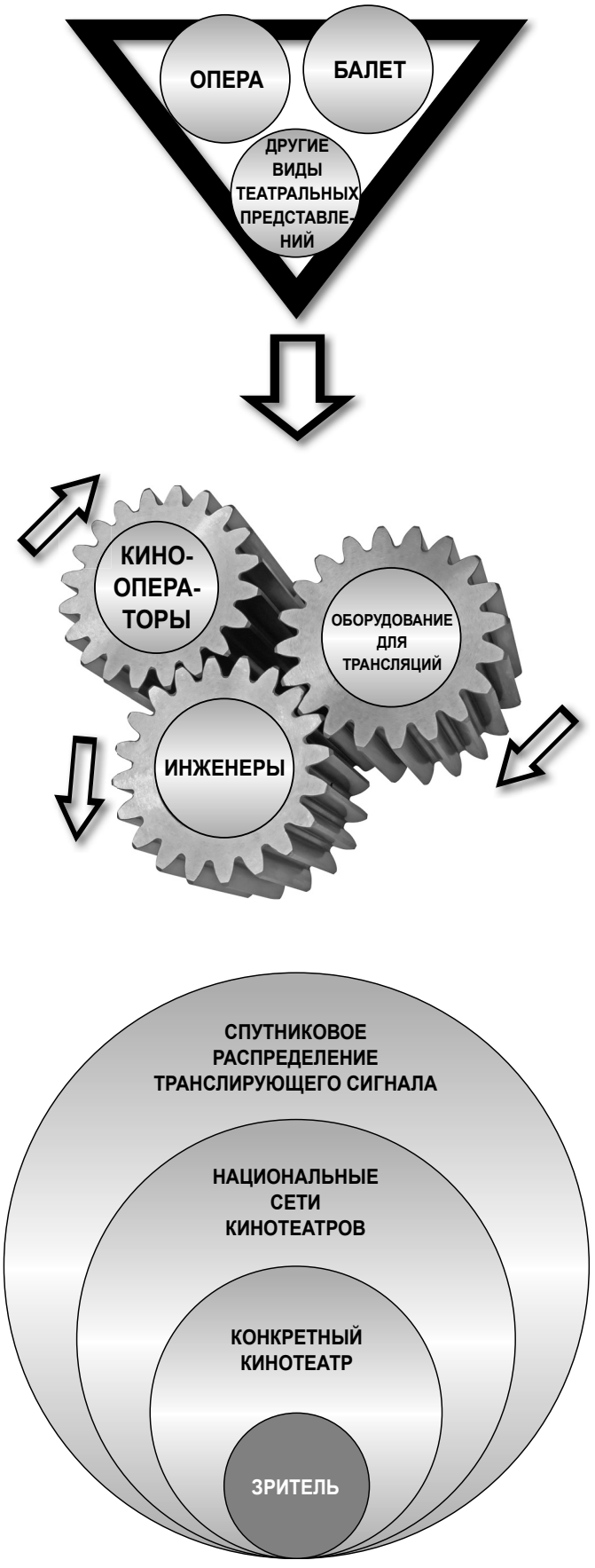


Рис. 1. Классификация продуктов и услуг на театральном рынке

Рис. 2. Схема SWOT 5.0. — анализа

В течение последних двух лет в России постоянно наблюдается совершенствование реального состояния рынка трансляции балетных и оперных спектаклей в кинотеатрах.

Во-первых, это увеличение количества самих кинотеатров, транслирующих спектакли: в течение второго года наблюдения их количество удвоилось с 5 кинотеатров в Москве и 1 в Петербурге до 10 в Москве и 2 в Петербурге. Но по всей территории страны возможен просмотр трансляций балетов Большого театра через Интернет.

В этот же период впервые в России была проведена трансляция балета Жизель в формате 3D из петербургского Мариинского театра в московский кинотеатр «Художественный».

23 марта 2013 года в Пресс-центре РИА-Новости состоялась трансляция оперы «Бал-маскарад» Джузеппе Верди, на которой присутствовали представители СМИ, журналисты, блогеры, инвесторы и представители компаний — организаторов трансляции (TheMet:Livein HD, CoolConnections, PathéLive, BelAirMedia).

По итогам проведенного исследования была обоснована общественная значимость межкультурных коммуникаций, развитие международных контактов, сближение менталитетов путем обмена национальными ценностями с применением новейших технологий.

Выводы о реальном состоянии российского рынка услуг в области трансляции спектаклей в кинотеатрах основаны на результатах сбора первичной информации[1], которые характеризуются следующим суммированным выводом:

Большинство респондентов положительно относятся к подобному виду трансляций. И при большем информационном влиянии на общество, оно непременно возведет данный вид проведения культурно-массовых мероприятий в ранг обязательных для каждого образованного и уважающего себя человека.

Сейчас ведется поэтапная подготовка целевой аудитории по всей стране к просмотру трансляций спектаклей в кинотеатрах (в т. ч. через трансляции балетов Большого театра на официальной странице на Youtube).

Российские кинотеатры стремятся учитывать опыт своих зарубежных коллег и внедрять инновационный вид доходного бизнеса.

Практическое воплощение перечисленных пунктов сформулировано в *«Плане обширной экспансии Метрополитен опера на российский рынок»* с показом опер.

Основные этапы внедрения и реализации этого плана состоят в следующем:

- *масштабное развитие прямых трансляций Метрополитен-опера на территории России;*

[1] Организация сбора первичной информации осуществлялась через создание анкеты с вопросами по вышеуказанной теме через систему электронных анкет iAnketa.ru, прямая ссылка на анкету: www.ianketa.ru/anketa/216078449/ и ее публикация в интернет-пространстве (ВКонтакте, FaceBook, LiveJournal, Google).

Таблица 1

ЧИСТОЕ ТВОРЧЕСТВО

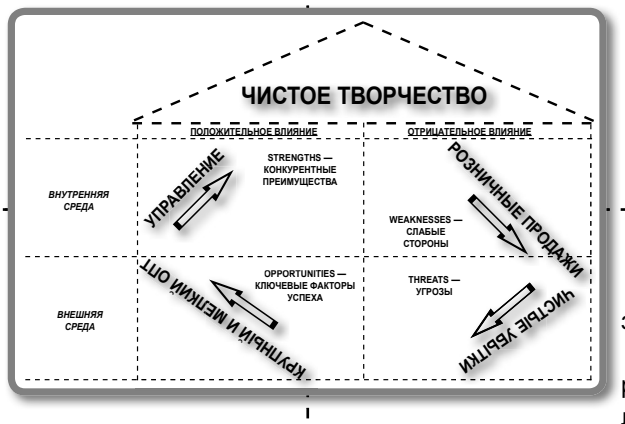
Во-первых, следует брать, по возможности, все лучшее, что накоплено в мировом театральном процессе.

Во-вторых, необходимо, охранять собственные традиции и достижения российского театра.

В-третьих, в условиях свободы передвижения товаров, услуг, людей и капитала надо стремиться к созданию организационных и финансовых возможностей для повышения конкурентоспособности российских театров и театральных учебных заведений в международном пространстве.

Оценивая сложившуюся ситуацию в театральной сфере в целом, следует отметить, что главное в характеристике деятельности российских театров — отсутствие взаимосвязи с населением и установления с ним диалога, обратной связи.

А отсутствие таких взаимосвязей, в свою очередь, оборачивается недостаточным использованием имеющегося театрального творческого потенциала и также приводит к финансовым потерям. ***



Российским театрам (в т. ч. Большому театру как первопроходцу в данной индустрии) необходимо привлекать инвесторов и других заинтересованных предпринимателей для расширения рынка трансляции спектаклей в российских кинотеатрах.

А стимулировать приход новых участников на рынок может развитие экономических и правовых механизмов путем:

- Увеличения количества экономически доступных сценических площадок, репетиционных помещений и других составляющих театральной инфраструктуры.
- Предоставления льготных кредитов.
- Развития правовых механизмов поддержки частных театров, в частности,
- страхования в этой сфере,
- оказания помощи в подготовке кадров и пр.

Для этого является обязательным:

- Сотрудничество с зарубежными театрами, реализующими подобные программы.
- Учет их опыта в построении ценовой политики — дирекция театра должна развивать *эффективную ценовую стратегию,* основываясь на базе издержек, спроса и ценовой политики конкурентов.
- Приглашение самых именитых исполнителей.
- Привлечение внимания аудитории всех возрастов и социальных слоев.
- Создание эффективной рекламной агитации во всех возможных источниках информирования населения — *Рекламу спектаклей следует рассматривать как форму массовой коммуникации*, которая пытается перевести качество постановок на язык запросов потребителей, т. к. большинство потенциальных зрителей не знают, что они хотят увидеть на сцене, до тех пор, пока им кто-нибудь не подскажет.

**** Для преодоления основной угрозы, вытекающей в чистые убытки необходимо предпринимать следующие действия:*

- *Надо внимательнее присматриваться к своему зрителю, используя для этого различные способы общения — конференции, встречи с артистами, обсуждение постановок вместе со зрителями после просмотра спектакля, бенефисы и т. д.*
- *Этим можно подчеркнуть уважение к постоянному зрителю, тем самым подняв авторитет и престиж театра.*
- *Например, сотрудники службы маркетинга могут работать с некоторыми зрителями индивидуально, определив границу людей, для которых театральное искусство — потребность, часть их повседневной жизни и периодически рассылать им новую информацию о театре и текущих событиях в нем, о репертуаре, о премьерах, об актерском составе этого театра по домашнему адресу; по телефону принимать заказы на билеты.*

● *увеличение количества кинотеатров, транслирующих оперу;*

● *выход на региональные рынки с абсолютно новым для регионов продуктом: прямые трансляции через спутник;*

● *запуск рекламной кампании трансляций;*

● *показы прошедших спектаклей в записи (низкий уровень технической сложности, более доступная цена, подходящий старт для регионов);*

● *привлечение новых информационных партнеров для еще более широкого освещения мероприятия;*

● *дальнейшее расширенное сотрудничество с Метрополитен-опера на ближайшие пять лет.*

В ходе проводимого исследования была сформулирована и дефинирована качественно новая терминология, ранее не встречавшаяся в подобных комбинациях:

■ *«Постановщик-идеолог» и «Продюсер-производственник»* как сложные профессиональные компетенции сотрудников данной отрасли.

■ *«Имидж как главный интеллектуальный капитал театра»*. Ведь привлекательность театра определяют не новейшие театральные машины, размеры сцены и осовременивание легендарных постановок, а артисты, которые присутствуют только в одном театре мира — неповторимый ансамбль музыкантов, певцов и танцоров.

■ *«Международная защита бренда»* как совершенствование юридических и экономических механизмов поддержки театральной деятельности.

■ В классический инструмент маркетингового анализа SWOT был добавлен пятый модуль. И итоговый вариант используемого инструмента назван SWOT 5.0. — в честь пяти направлений проведения анализа.

Pantt-спектакли в театре и спектакли в кино не были объединены в единый продукт. Результаты проведенного опроса продемонстрировали востребованность у аудитории и тех и других видов услуг. Также в опросе дана детальная разбивка по жанрам театральных спектаклей, жанрам кинематографа и музыки (рис. 1).

В итоге на сегодняшний день складывается следующая классификация продуктов и услуг на театральном рынке (рис. 1).

На основе обновленной теоретической базы строится ее практическое инновационное применение.

Особое внимание следует уделить трансформации основ стратегического планирования театральной деятельности. Для этого предложен усовершенствованный метод, используемый для оценки факторов и явлений, влияющих на конкретный театральный проект и организацию в целом, сформулированный как SWOT 5.0 — анализ.

Его особенностью является выделение творческой составляющей в театральной деятельности.

Сущность нововведения заключается в том, что творчество и талант артистов (танцоров, певцов, музыкантов, хореографов) не могут быть измерены ни в денежном, ни в ином натуральном выражении.

Результат творчества артистов может вытекать в изменение стоимости билетов, в уровень востребованности у публики, может влиять на мнение критики. Но это уже оцененный со временем результат, но не сам талант индивидуума и не процесс его творчества.

Вот так закольцовывается схема SWOT 5.0. — анализа с учетом добавления пятого элемента, отвечающего за творческую составляющую. (рис. 2).

Развивая практическое применение вышеуказанного SWOT 5.0. — анализа, заполняются и обосновываются все поля таблицы (табл. 1).

Результатом выполнения всех вышеуказанных рекомендаций будет являться формирование правильного имиджа театра — его главного интеллектуального капитала.

Регулярные просмотры трансляций спектаклей в кинотеатрах должны стать естественным видом времяпрепровождения образованного человека, стремящегося познать разнообразие окружающего его мира, повысить уровень своей эрудированности или просто приобщиться к прекрасному, создаваемому другими людьми, вырастить в себе понимание истинно красивого и эстетически эталонного.

Они должны дать зрителю понятие об истинных ценностях, накопленных за долгую историю существования его Родины.

Ведь в предстоящем десятилетии Россия стремится к переходу на инновационный тип развития. В этих условиях ведущая роль в формировании человеческого капитала отводится сфере культуры. Путь к инновациям лежит через повышение интеллектуального уровня людей, что возможно только в культурной среде, позволяющей осознать цели и нравственные ориентиры развития общества.

Таким образом, открываются широкие возможности как для совершенствования российского общества в целом с помощью привития созидательных нравственных ориентиров, так и для развития бизнеса на данном сегменте рынка услуг культурных мероприятий, а также для продвижения отечественных достижений в области культуры и науки по всему миру.

Литература

1. *Пучкова Е.И.* Маркетинг в сфере театрального искусства.
2. *Шекова Е.Л.* Особенности маркетинга в сфере культуры.
3. Маркетинг, PR и реклама в театре: Дискуссионный клуб по интересам.
4. http://bolshoi-theatr.com/
5. http://dramantre.ru/balety-bolshogo-teatra-mozhno-budet-smotret-na-youtube.html.
6. http://www.metopera.ru/downloads/Met_partner_program.pdf.
7. http://www.belairmedia.com/le-corsaire-ballet-bolchoi/lang/en/
8. http://www.pathelive.com/fr/saisons#
9. http://www.teatral-online.ru/news/4931/
10. http://marketing.by/
11. www.ianketa.ru/anketa/216078449/

XVI Российский конкурс «Менеджер года»

19 апреля 2013 года в Круглом зале «Президент-Отеля» (Москва) состоялась торжественная церемония награждения победителей Российского конкурса «Менеджер года — 2012».

Конкурс проводится Вольным экономическим обществом России и Международной Академией менеджмента при поддержке Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации.

За прошедшие годы конкурс «Менеджер года» перерос в масштабный проект, в котором принимают участие лучшие руководители из самых разных уголков нашей страны.

Конкурс «Менеджер года» призван содействовать повышению эффективности управления. Задачи конкурса его организаторы видят в выявлении элиты российского управленческого корпуса, распространении опыта эффективного руководства, в формировании банка данных лучших менеджеров.

Председатель Оргкомитета конкурса — президент Вольного экономического общества России, президент Международной Академии менеджмента, академик РАЕН, д.э.н., профессор Г.Х. Попов.

Жюри возглавляет советник Президента Российской Федерации, вице-президент Вольного экономического общества России, вице-президент Международной Академии менеджмента, директор Института новой экономики Государственного университета управления, академик РАН, д.э.н., профессор С.Ю. Глазьев.

Российский конкурс «Менеджер года» проводится в два этапа. Первый этап конкурса организуется отделениями Вольного экономического общества России и региональными администрациями. Второй этап проводится Российским оргкомитетом среди победителей конкурса в регионах.

В рамках проекта также проводится конкурс «Лучший менеджер структурного подразделения», позволяющий поощрить не только управленцев высшего звена, но и отметить наиболее успешных руководителей подразделений организаций и предприятий.

В современных условиях стабильность деятельности компании и успешность ведения бизнеса напрямую зависят от эффективности работы коллектива, слаженности команд, управляющих различными бизнес-процессами, что обусловило появление новой номинации конкурса — «Команда года».

Авторитетное жюри, в состав которого вошли представители органов государственной власти, руководители ведущих предприятий, видные ученые и общественные деятели, определило 9 абсолютных победителей, 3 победителей в специальной номинации «Стабильные результаты работы и эффективное управление предприятием», 36 победителей в 16 номинациях, а также 16 менеджеров из 2 компаний — в номинации «Команда года».

14 победителей конкурса удостоены звания «Лучший менеджер структурного подразделения».

Награды победителям вручали: председатель жюри С.Ю. Глазьев и член жюри, вице-президент ВЭО России и МАМ, директор Института экономики РАН, член-корреспондент РАН, д.э.н., профессор Р.С. Гринберг.

Итоги конкурса «Менеджер года» отражают структурные изменения, происходящие в экономике страны. За последние годы увеличилось число участников конкурса, представляющих оборонную промышленность, микроэлектронику, нефтегазовый комплекс, сферу образования.

В конкурсе на звание «Менеджер года» в номинации «Международное сотрудничество» принимают участие представители зарубежных стран: Казахстана и Китая.

Заместитель генерального директора Издательского дома «Экономическая газета» О.Н. Ирзун вручила победителю Российского конкурса «Лучший менеджер структурного подразделения — 2012» Н.Г. Багаутдиновой диплом «За эффективную подготовку кадров для инновационного развития региона» и призовой сертификат на годовую подписку журнала «Менеджмент и бизнес-администрирование».

Издательский дом наградил абсолютного победителя Российского конкурса «Менеджер года — 2012»

В.А. Голенкова дипломом «За новые подходы к инновационному образованию» и книгой «Петр I» из серии «Русская классическая библиотека. Экономика и духовность».

Председатель жюри С.Ю. Глазьев поздравил победителей конкурса и пожелал им прежде всего бодрости духа, поскольку экономическая ситуация в мире и в нашей стране нестабильна, менеджерам приходится работать в сложных условиях, в условиях высокой конкуренции, в зонах риска.

В связи с этим еще более ценным становится признание заслуг участников конкурса. Сергей Юрьевич подчеркнул, что это признание поможет в достижении новых рубежей и дальнейших успехов в бизнесе и профессиональной деятельности.

Р.С. Гринберг отметил, что награждение эффективных менеджеров, которые думают не только о «своекорыстии», на чем основывается рыночная экономика, но и об общественных интересах, — это благородная миссия, которая важна для благополучного развития экономики нашей страны.

К участникам конкурса от имени руководства Российского союза промышленников и предпринимателей и от имени банковского сообщества обратился А.В. Мурычев — член жюри конкурса, исполнительный вице-президент РСПП, председатель Совета Ассоциации региональных банков России. Он продолжил мысль Р.С. Гринберга об огромной важности и значении социальной роли руководителя, а также отметил, что победители конкурса являются «маячками» новой экономики, лидерами, которые своим примером демонстрируют успешность работы по обеспечению функционирования предприятий, организаций, и доказывают, что в стране есть кадры, на которые надо равняться.

Генеральный информационный партнер конкурса — Медиагруппа «Наша Власть».

Стратегический информационный партнер — Издательский дом «Экономическая газета».

Информационную поддержку обеспечивают:

журналы: «Российская Федерация сегодня»,

«Генеральный директор. Персональный журнал руководителя»,

«Босс», «Менеджмент и бизнес-администрирование»,

«Генеральный директор. Управление промышленным предприятием»,

Business Excellence, «Предпринимательство», «Губернский», «Аналитический банковский журнал», «Волга-Бизнес»

газеты: «Экономика и жизнь», «Экономические новости России и Содружества»,

телеканал «Подмосковье»,

порталы: «Вся Россия», RSNews, «Альянс Медиа», «Деловая Россия» Национальная инвестиционная ассоциация.

ПОБЕДИТЕЛИ МОСКОВСКОГО КОНКУРСА «МЕНЕДЖЕР ГОДА — 2012»

Безбородов Вячеслав Георгиевич, генеральный директор ОАО «Научно-производственная корпорация «РЕКОД», г. Москва

Голенков Вячеслав Александрович, ректор ФГБОУ ВПО «Государственный университет — учебно-научно-производственный комплекс» г. Орел

Грачев Иван Александрович, генеральный директор ООО «Промгражданстрой», г. Арзамас, Нижегородская область

Гудковский Юрий Владимирович, генеральный директор ООО «Уютный город», г. Москва

Дементьев Игорь Владимирович, генеральный директор ЗАО «Московская Пивоваренная Компания», г. Мытищи, Московская область

Конев Иван Викторович, генеральный директор — председатель правления

ОАО «Холдинговая компания «Энергомаш-Строй», г. Белгород

Пунтус Сергей Артурович, заместитель генерального директора по экономике и финансам ОАО «Российская инновационная топливно-энергетическая компания», г. Москва

Скворцова Капитолина Витальевна, генеральный директор ООО «Сормовский коммерческий центр», г. Нижний Новгород

Хайруллин Ильдар Индусович, главный врач ГАУЗ Республики Татарстан «Больница скорой медицинской помощи», г. Набережные Челны

ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА В НОМИНАЦИЯХ

«Стабильные результаты работы и эффективное управление предприятием»

Киселев Юрий Николаевич, директор ГУП «Волгоградское областное сельскохозяйственное предприятие «Заря»

Корозин Владимир Борисович, генеральный директор Государственного предприятия Костромской области по техническому учету и инвентаризации объектов недвижимости «Костромаоблтехинвентаризация»

Шарипзянова Файля Абдурахмановна, генеральный директор ОАО «Ремонтно-эксплуатационное управление № 20 района «Соколиная гора», г. Москва

«Промышленность»

Дмитриев Сергей Юрьевич, начальник производства сборочных комплектов цилиндропоршневой группы — руководитель проекта ОАО «Серпуховский завод «Металлист», Московская область

Кондрашов Андрей Геннадьевич, начальник производства ОАО «Научно-производственное объединение «Квант», г. Великий Новгород

Крупко Сергей Владимирович, заместитель генерального директора по персоналу ОАО «Конструкторское бюро транспортного машиностроения», г. Омск

Сорокина Марина Валерьевна, генеральный директор ОАО «Костромской ювелирный завод»

Титов Игорь Борисович, заместитель генерального директора ОАО «Автофрамос», г. Москва

Фокин Станислав Геннадьевич, заместитель генерального директора по направлению «металлообработка» ОАО «Элион», г. Москва

«Нефтегазовый комплекс»

Ваньков Алексей Алексеевич, заместитель генерального директора — директор Территориально-производственного предприятия «Волгограднефтегаз» ОАО «РИТЭК», г. Котово, Волгоградская область

Егизарьян Аркадий Мамиконович, генеральный директор ОАО «Газпромнефть-Московский НПЗ»

Цветков Сергей Валерьевич, заместитель директо-ра по разработке месторождений Территориально-производственного предприятия «РИТЭККогалымнефть» ОАО «РИТЭК», Ханты-Мансийский автономный округ — Югра

«Энергетика»

Зимин Михаил Юрьевич, первый заместитель генерального директора ООО «ЛУКОЙЛ-Волгоградэнерго»

«Строительство»

Губайдуллин Ленар Зиннурович, генеральный директор ГУП «Мосэкострой», г. Москва

Старченко Андрей Юрьевич, генеральный директор ООО «Нижегородский Центр Строительных Технологий»

Яковкин Владимир Викторович, директор ООО «Теплостроймонтаж», г. Нижний Новгород

«Производство строительных материалов»

Леднев Владимир Анатольевич, генеральный директор ООО «ФОРМПЛАСТ», г. Бор, Нижегородская область

«Финансово-кредитная сфера»

Прозоров Илья Павлович, председатель правления КБ «Хлынов» (ОАО), г. Киров

Сысоев Георгий Владимирович, заместитель директора Филиала № 6 АКБ МОСОБЛБАНК ОАО в г. Нижний Новгород

«Потребительская кооперация»

Сандаков Леонид Иванович, председатель правления Тоншаевского районного потребительского общества, Нижегородская область

«Сфера образования»

Будыкина Ирина Александровна, директор ГБОУ города Москвы центр дополнительного образования детей «КАЛЕЙДОСКОП»

Салахов Ильяс Рахимзянович, ректор ГАОУ ВПО «Альметьевский государственный институт муниципальной службы», Республика Татарстан

Сидакова Жанна Аликовна, директор МКОУ «Общеобразовательный лицей-интернат аула Хабез им. Хапсироковой Е.М.», Карачаево-Черкесская Республика

Ситдиков Рудольф Мингазович, директор ГАОУ СПО «Камский политехнический колледж» им. Л.Б. Васильева, г. Набережные Челны, Республика Татарстан

Филимоненков Андрей Михайлович, генеральный директор НОЧУ «Учебно-курсовой комбинат «ПрофиКласс», г. Москва

Харитонова Татьяна Михайловна, заместитель генерального директора по образовательной деятельности ОАО «Институт товародвижения и конъюнктуры оптового рынка», г. Москва

Шахназаров Владимир Георгиевич, директор ГБОУ НПО «Профессиональное училище № 10», г. Выкса, Нижегородская область

«Здравоохранение»

Дурандин Валерий Николаевич, генеральный директор ОАО «Санаторий «Автомобилист», Борский район, Нижегородская область

«Управление объектами недвижимости»

Ренскова Татьяна Николаевна, директор КЧРГУП «Техинвентаризация», г. Черкесск

«Жилищно-коммунальное хозяйство»

Орешкин Александр Станиславович, руководитель ГУП города Москвы «Автомобильные дороги»

«Сфера услуг»

Шадрунова Ирина Валерьевна, генеральный директор ООО Агентство переводов «Перевод.РУ», г. Москва

«Издательская деятельность»

Бояркин Алексей Викторович, издатель журналов ЗАО «Бизнеском», г. Москва

«Рекламная деятельность»

Кулинцев Андрей Анатольевич, председатель Совета директоров группы компаний «Агентство Амедиа», г. Москва

«Средства массовой информации»

Коновалов Александр Георгиевич, генеральный директор — заместитель главного редактора АНО «Редакция журнала «Российская Федерация сегодня», г. Москва

Немировская Агнесса Витальевна, первый заместитель генерального директора ОАО «Городская телевизионная компания «ТВ Столица» — Объединенная редакция московских СМИ

Шестеркина Людмила Петровна, креативный директор Телерадиокомпании «ЮУрГУ-ТВ», декан факультета журналистики ГОУ ВПО Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

«Международное сотрудничество»

Мухамедиулы Арыстанбек, ректор Казахской Национальной академии искусств имени Т. Жургенова, г. Алматы

У Цзян (Mr. Wu Jiang), президент Пекинской компании по классической культуре и искусству «Чуаншицзи» (Beijing Chuangshiji Classic Culture & Art Co., Ltd.), Китайская Народная Республика

Угольников Игорь Станиславович, председатель Телерадиовещательной организации Союзного государства (ТРО Союза)

«КОМАНДА ГОДА»

ООО «Базстрой», г. Москва

Попов Олег Александрович — директор

Жидова Лариса Евгеньевна — главный бухгалтер — финансовый директор

Комар Юлия Владимировна — начальник юридического отдела

Иванова Александра Игоревна — начальник отдела охраны труда

Петров Владимир Михайлович — главный инженер

Горюнова Ирина Сергеевна — начальник проектного отдела

Тарасов Валерий Валентинович — начальник электроизмерительной лаборатории

Куруляк Денис Иванович — начальник строительного участка

ООО Фирма «АС», г. Москва

Авдеев Илья Андреевич — первый заместитель генерального директора

Васильев Алексей Владимирович — начальник отдела производства и обработки цифрового контента

Петров Александр Александрович — начальник коммерческого отдела

Миронов Андрей Александрович — заместитель начальника коммерческого отдела по организации закупочной деятельности и партнерству

Петров Андрей Олегович — заместитель начальника коммерческого отдела по организации продаж

Грицук Роман Константинович — заместитель начальника отдела разработки и внедрения информационных систем

Дзех Игорь Владимирович — менеджер проектов

Клюев Михаил Михайлович — менеджер по маркетингу

ПОБЕДИТЕЛИ РОССИЙСКОГО КОНКУРСА «ЛУЧШИЙ МЕНЕДЖЕР СТРУКТУРНОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ — 2012»

Аксенов Андрей Александрович, начальник отдела автоматизации управления предприятием ОАО «Щербинский лифтостроительный завод», г. Москва

Акулова Ольга Борисовна, руководитель службы внутреннего контроля ОАО КБ «Ассоциация», г. Нижний Новгород

Анненков Анатолий Владимирович, заведующий Государственной лабораторией ветеринарно-санитарной экспертизы Станции по борьбе с болезнями животных Южного административного округа ГБУ «Московское объединение ветеринарии»

Багаутдинова Наиля Гумеровна, директор Института управления и территориального развития ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», Республика Татарстан

Ганкевич Денис Янович, начальник отдела новой техники ОАО «Щербинский лифтостроительный завод», г. Москва

Коснырев Сергей Валерьевич, технический директор Волжской ТЭЦ-2 ООО «ЛУКОЙЛ-Волгоградэнерго», Волгоградская область

Куликов Евгений Александрович, начальник конструкторско-технического отдела ОАО «Щербинский лифтостроительный завод», г. Москва

Мозолин Сергей Михайлович, региональный управляющий ООО «ЛУКОЙЛ-Нижневолжскнефтепродукт» г. Пенза

Молькова Валентина Анатольевна, начальник отдела организации труда и заработной платы ОАО «Арзамасский приборостроительный завод имени П.И. Пландина», Нижегородская область

Непомнящий Юрий Валерьевич, заместитель технического директора по распределительным сетям ОАО «Объединенная энергетическая компания», г. Москва

Охлопков Александр Николаевич, управляющий производством ОАО «Молочный завод «Борский» ЗАО «Производственное объединение «Гамми», Нижегородская область

Пушкарев Евгений Андреевич, главный конструктор ОАО «Элион», г. Москва

Сидельников Александр Владимирович, заместитель начальника производственного отдела по фосфорному комплексу ОАО «ФосАгро-Череповец», Вологодская область

Соболев Сергей Валерьевич, руководитель юридической службы ЗАО «ЭЖ МЕДИА», г. Москва

В Москве прошла вторая международная конференция «Инвестиции в Центральную и Восточную Европу» (CEE Conference)

22 апреля 2013 года более 200 инвестиционных банкиров, бизнесменов реального сектора, представителей регуляторов из России, Украины, Белоруссии, Польши, Чехии, Венгрии, Румынии и Болгарии собрались на площадке международного пресс-центра РИА «Новости», чтобы обсудить инвестиционную привлекательность стран региона ЦВЕ. Организатором мероприятия выступила Ассоциация CFA (Россия).

В конференции приняли участие главы крупнейших финансовых организаций: Алан Мейдер (Председатель совета директоров CFA Institute), Йорг Бонгартц (Председатель Правления ООО «Дойче Банк»), Екатерина Трофимова (первый вице-президент, Газпромбанк), Адам Роберт Квятковский (вице-президент, Варшавская фондовая биржа), Питер Коблик (генеральный директор, Пражская фондовая биржа), **Константин Корищенко**, (председатель правления Инвестбанка) и другие представители мирового делового сообщества.

Насыщенная деловая программа конференции была разделена на 7 дискуссионных панелей. Пленарное заседание конференции открыл **Алан Мейдер,** председатель совета директоров, CFA Institute: «Выступая инициатором данной конференции, мы ставили задачу проанализировать тренды развития региона, определить стратегию развития. Для проведения конференции в этом году Россия была выбрана неслучайно. На мой взгляд, Москва как крупнейший город Европы обладает невероятным потенциалом роста, огромным количеством образовательных программ, которые, в частности, представляет Ассоциация CFA, широкими возможностями реализации потенциала финансовых аналитиков. А ведь аналитики, которые работают в России, — одни из лучших в мире».

В рамках обсуждения инвестиционного климата и привлекательности стран региона ЦВЕ свою точку зрения озвучил **Александр Мурычев** — исполнительный вице-президент РСПП: «На мой взгляд, совершенно правильна логика организаторов конференции в том, что нужно искать позитив в сегодняшних рецессионных проявлениях, которые наблюдаются в экономике стран Центральной и Восточной Европы.

Из кризисов всегда были прагматичные выходы, и сейчас новыми возможностями нужно воспользоваться для развития двусторонних и многосторонних отношений между Россией и странами Центральной и Восточной Европы. Скажем, события на Кипре уже простимулировали многих инвесторов перераспределить активы в страны региона ЦВЕ.

С другой стороны, Россия обладает огромным инвестиционным рынком, возможностями и улучшающимися условиями. С 2014 года будет внедряться крупномасштабный налоговый преференционный проект по Дальнему Востоку, который подразумевает обнуление пошлин, налогов на прибыль».

Председатель правления «Дойче Банка» Йорг Бонгартц озвучил стратегию компании: «Сегодня мы наблюдаем наиболее слабую ситуацию в Западной Европе, которая заставляет многие компании пересматривать стратегии, что смещает фокус на рынки стран ЦВЕ... Стратегия «Дойче Банка» сегодня делится на следующие направления: во-первых, мы хотим оставаться корпоративным инвестиционным банком в регионе ЦВЕ, и Россия для нас является приоритетным рынком. Во-вторых, выращивать инфраструктурные платформы для того, чтобы обслуживать всю группу «Дойче Банка».

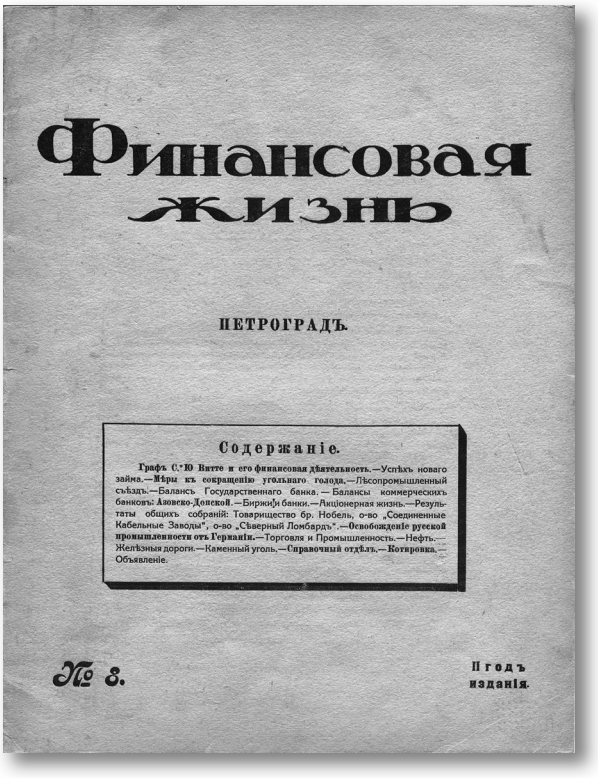
Еще одним важным дискуссионным вопросом мероприятия стали долговые рынки и возможности диверсификации для международных инвесторов. В рамках своего выступления Екатерина Трофимова, первый вице-президент, член правления Газпромбанка, отметила: «Традиционно интерес внешних инвесторов в регионе ЦВЕ проявляется к наиболее ликвидным рынкам с точки зрения возможностей для инвестиций, которые они предоставляют».

«В целом по региону долговая нагрузка в ЦВЕ остается умеренной, возможности для развития долгового рынка серьезные, поэтому уровень дефолтности, который мы видели в кризис, невелик. Валютная волатильность за последние годы умеренная, — обозначила **Екатерина Трофимова** — С моей точки зрения, торможение мировой экономики связано с замедлением технического развития в мире, которое аккумулировалось с начала двухтысячных годов.

Если это отставание наверстать, откроются перспективы для роста. Газпромбанк видит выборочные возможности для инвестирования в регион, потому что дальнейшее развитие с точки зрения регулирования остается под вопросом. Наиболее привлекательны точечные инвестиции с точки зрения эффективности, возврата, управляемости и прозрачности».

«Сейчас большинство инвесторов инвестируют глобально. В этом смысле какие-то локальные привлекательности, локальные «пряники», конечно, имеют право на существование, но, в принципе, почти любая хорошая идея повышения привлекательности какого-то конкретного рынка тут же подхватывается другими странами, и в итоге то или иное преимущество существует недолго» — считает председатель правления Инвестбанка **Константин Корищенко.**

Столетию журнала «Финансовая жизнь» посвящается!


Финансовая жизнь

ПЕТРОГРАДЪ.

Содержаніе.

Графъ С. Ю. Витте и его финансовая дѣятельность.—Успѣхъ новаго займа.—Мѣры къ сокращенію угольнаго голода.—Лѣсопромышленный съѣздъ.—Балансъ Государственнаго банка.—Балансы коммерческихъ банковъ: Азовско-Донской.—Биржи и банки.—Акціонерная жизнь.—Результаты общихъ собраній: Товарищество бр. Нобель, о-во „Соединенные Кабельные Заводы", о-во „Сѣверный Ломбардъ".—Освобожденіе русской промышленности отъ Германіи.—Торговля и Промышленность.—Нефть.—Желѣзныя дороги.—Каменный уголь.—Справочный отдѣлъ.—Котировка.—Объявленіе.

№ 8. II годъ изданія.

Граф С.Ю. Витте и его финансовая деятельность

Со смертью гр. С.Ю. Витте с горизонта русской государственной жизни сошла едва ли не самая крупная и яркая фигура последнего двадцатилетия.

Деятельность графа Витте в качестве министра финансов, обнимающая 11-летний период с 1892 по 1903 гг., протекала в эпоху расцвета русского капитализма. Уже во всеподданнейшем докладе о росписи на 1983 г. говорится об особых исторических условиях развития России и о том, «что финансовое хозяйство не может замкнуться в строго определенных рамках государственных потребностей в общепринятом смысле этого слова, так как в понятиях русского народа глубоко коренится исконное убеждение, что царской власти принадлежит почин во всем, до польз и нужд народных касающемся».

Гр. С.Ю. Витте сразу заявил, что не должно останавливаться даже перед некоторым временным напряжением платежных сил населения. Сдержанность в расходах может угрожать серьезными затруднениями для нормального развития гражданской и экономической жизни страны».

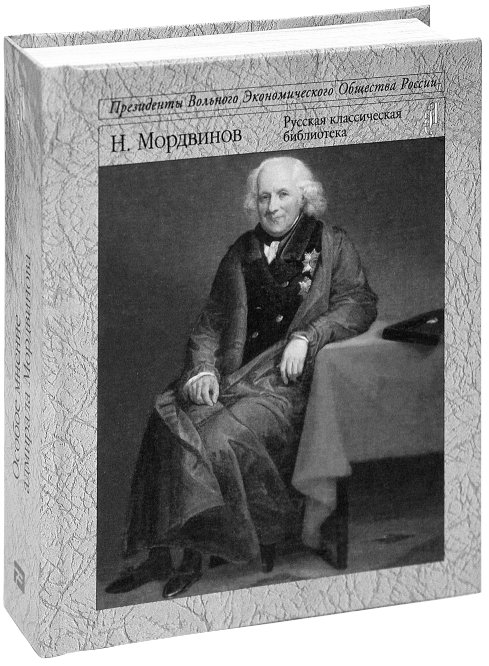
Уже в первый год своего управления он представил проекты повышения всех акцизов — на спирт, пиво, табак, сахар, керосин, спички; пошлины на хлопок, нового налога на квартиры, повышения промыслового сбора и сбора с городских недвижимых имуществ. Большие старания были направлены на накопление таких запасов средств у государства, которые могли бы всегда быть употреблены на чрезвычайные расходы.

Особенное покровительство оказывалось промышленному классу — протекционная система развивалась. Это вызвало сильное грюндерство. Для сокращения числа конкурентов министерство взвинчивало цены и учредило казенный синдикат по распределению заказов.

Развитие капиталистического хозяйства требовало развития железнодорожной сети, но отсутствие капиталов в стране привело к тому, что усиленное железнодорожное строительство вызвало огромную задолженность государства. Частные железные дороги строились на гарантированные железнодорожные займы, потому что иначе не было возможности получить иностранные капиталы. Без иностранного капитала развитие дорожного хозяйства не могло двинуться вперед. Погоня за иностранными капиталами руководит поэтому и внешней политикой. Пока русская кредитная политика опиралась на немецкий денежный рынок, внешняя политика России вполне согласуется с политикой Германии. Но когда Германия в своих политических требованиях заходит слишком далеко и немецкий денежный рынок по распоряжению Бисмарка оказывается закрытым для России, для русского государственного кредита создается тяжелое положение, из которого выводит франко-русский союз.

Свободный прилив капиталов тормозится из-за господствующей бумажной валюты. От нее страдают и наша нынешняя торговля, и расчетный баланс, и государственные финансы. Интересы промышленности и торговли требуют прочной денежной системы, которой могла явиться лишь золотая валюта. Сначала для привлечения иностранного капитала разрешаются отдельные сделки на золото и постепенно накопляется золотой запас. Вопрос о том, на каких условиях совершить размен обращающихся в обильном количестве бумажных денег на золото, разрешается в сторону фиксирования наиболее твердого курса, хотя бы и не достигающего паритета, и объявления размена на таких условиях. «Государственная мудрость при подобных преобразованиях заключается в том, чтобы считаться не с доктринами и мечтаниями, но единственно с реально существующими фактами» — так гласило официозное заявление министерства, объяснявшего совершение реформы путем обесценения основной счетной единицы.

Основной идеей графа Витте в области финансовых мероприятий было стремление приобщить Россию к мировому хозяйству, открыть широкие пути промышленному развитию страны, утвердить прочную денежную систему — залог привлечения к промышленной деятельности капиталов и расширения сферы кредитных отношений с Европой.



ЦИТАТЫ

ПРАВО **СОБСТВЕННОСТИ** ДОЛЖНО БЫТЬ **НЕПОКОЛЕБИМО**

Без собственности человек нерадив

Гражданское право не получает твердого основания, как с приобретением богатства, личной свободы и обеспечения личной собственности.

При бедности человек бывает всегда в зависимости, без личной свободы всегда малодеятелен, без непоколебимых прав собственности всегда нерадив.

(Т. 9 № 1773)[1]

Частная польза не должна уступать общественной

Учредите общественную пользу на частной. Сия последняя есть животворный корень общественной, как начало последствию, как источник изобилию.

Отклонение от сего существенного правила ведет государственное казначейство к неминуемому оскудению и расстройству; строгое же и постоянное последование сему правилу ведет к богатству.

Но что мы видим отклонение от сего правила, то сие отклонение происходит от смешения понятий, от принятия части за целое. Мнение, что частная польза должна всегда уступать общественной, сколь ни справедливо в основании и благотворной своей цели, но по ошибочному приложению оного к государственным постановлениям часто ведет к ложному заключению и вредным последствиям. При увлечении к приращению доходов государственного казначейства или к присвоению оному частных народное богатство нередко бывает жертвой, когда сие последнее есть всецелое, а государственное казначейство есть токмо часть оного.

(Т. 9 № 1764)

Бедность порождает пороки, а богатство ведет к добродетелям

Благосостояние частное есть начало и основание общественного; богатство частного человека есть нераздельное богатство государства. Невозможно прикоснуться к первому в ущерб оного, без причинения потери в последнем. Сие политическое правило долженствовало бы быть в заглавии правительственного и судебного уставов.

Богатство есть устроитель и источник народного благосостояния. Бедность останавливает просвещение, деятельность человека и порождает пороки; богатство же ведет к благочинию, добродетелям и успехам, но совершает оно благотворное свое действие тогда только, когда распространяется на великое число народа и не заключается в руках малого числа лиц. Народ благоденствует, когда богаты владелец земли, купец, фабрикант, заводчик, ремесленник, лавочник, крестьянин и когда доходы государственные избыточны для всего, что нужно по управлению общего благоустройства.

При возрастающем богатстве число народа умножается, а при сем умножении общество получает теснейшие связи и взаимные пособия. При оном раскрываются душевные качества и деятельность человека. Тогда земля соделывается плодороднейшей, реки обращаются в пути сообщения; ветры, огонь соделываются сотрудниками человеку; природа и человек соединяют свои силы для порождения новых произведений; земля покрывается цветом и плодом, недра ее разверзаются, и в глубине лежащие сокровища износятся наверх; моря покоряются обладанию человека; расстояние и дальность стран и селений сближаются, и народы, чуждые один другому, составляют единое общество. Тогда человек и при слабых своих частных силах, в соединении с другими, соделывается властителем над всем земным от Всемогущего Творца созданным ему в удел величественным достоянием.

(Т. 9 № 1770)

[1] За основу настоящего издания принят «Архив графов Мордвиновых» в 10 томах, СПб., 1901—1903. Цифры в скобках здесь и далее означают номер тома и номер документа в Архиве. Часть документов приводится с сокращениями.

Нет среднего класса

Скудные доходы, казной получаемые, ознаменовывают ясно причину оных, и причина сия, с последствиями оной, существовать будет, доколе не раздробится сие великое единому принадлежащее имущество в великом числе людей, в великом пространстве земель состоящее, доколе не вступит оно в частное обладание, не соделается частной собственностью многих, могущих радетельное об оной иметь попечение и приложить искусство к каждому участку для извлечения из оного способляемый природой плод, который всегда изобильно произрастает и вознаграждает щедро труд человека. Без такового последовавшего в России преображения она процвести не возможет, и скудость всеобщая пребудет во веки, ибо скудость одной части всегда действует и на другую, и целое совокупно, нераздельно страждет.

В России великая часть земли принадлежит казне, великие поместья принадлежат дворянскому сословию, и богатство в обладании землей нескольких лиц соединено с лишением собственности многих. От сего происходит, что нет среднего состояния людей или весьма мало оного находится. Правильное разделение земли между жителями оной есть начало богатства, а с оным водворится и просвещение, и всякое благоустройство.

В России просвещение и богатство находятся в руках малого числа людей; нищета и невежество — во многочисленной части народа.

Более 40 миллионов душ народа составляют рабов, казне и дворянскому сословию в собственность принадлежащих. Ум и руки рабов не способны к порождению богатства. Свобода, собственность, просвещение и правосудие суть существенные и единые источники богатства.

(Т. 9 № 1876)

От чего соделались царства

Собственность, ежели судить о ней в относительном к составу обществ смысле, есть то же, что пожертвование каждым за некоторую часть земли личной своей свободы и независимости. Собственность первый есть камень всех законоположений. Без оной и без твердости прав, ее ограждающих, нет никому надобности ни в законах, ни в Отечестве, ни в государе. От сего единственно источника и связь общества восприяла свое начало. Соделались царства и отечества...

Не токмо что твердость в правах собственности, но и самая точность в определении оных необходимо нужны. Нужны они как для богатых, так равно и для бедных. Для всякого состояния людей должны они быть непоколебимы.

(Т. 3 № 746)

Отбирание частной собственности

Ныне умы человеческие взирают на частную собственность как на единое право, от них неотъемлемое, не разделенное от прав при прехождении из свободного дикого в зависимое гражданское состояние уступленных. Ныне все законоположения основаны на частной пользе, и от сей токмо общественная твердость свое получает.

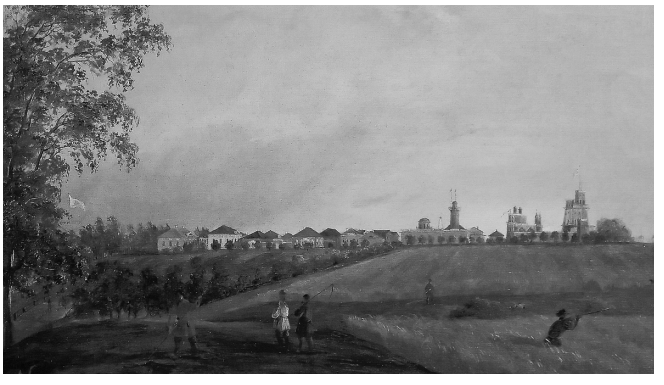
Правительства нынешних времен менее или более преклоняются к самодержавному. При таковом их расположении заботливость о сохранении в целости частной пользы наивящше должна коренным быть для них правилом: ибо с небрежением оного легко народы возвратиться могут в первобытное безначальное состояние, где все было общее, где свобода была беспредельна, где все были равны и где собственность неведома была. Напоминовение сих начал опасно: одно из них, пробужденное, может пробудить и восстановить все прочие, что самое в недавнее времена испытано было и против чего и ныне осторожность еще потребна.

Она влечет к повторению той спасительной истины, что от удельной каждого собственности восприяли начало все существующие ныне власти. На оной основаны все настоящие условия и законы. Она единая покорила первоначально воли частные, ныне крепит общества и содержит в оных связь и повиновение. Право частного обладания и право верховной над всеми власти суть неразлучны.

Закон прикосновения к частной собственности, для обращения оной в общественную, мог существовать в вольных правительствах, там, где в хартиях неизменных права личные ясно определены были, где законы, а не воля единого или нескольких управляли, где всякое насильствие воздержано было и где святость прав ограждена была силой многих и совокупленных во взаимное согласие властей. Там не было правил письменных, означающих род и меру пожертвований, но всяк добровольно уступал из своего в пользу общественную; ибо каждый в общем был соучастник и равный всем был во власти.

Самодержавной же власти нет законов и правил, писанных на хартиях тленных и волей оной сокрушаемых, но суть нетленные те, кои пишет на сердце благочестие, правота и любовь: знамение законов вечных и начальных; оными она священна, оными и тверда. Следуя сим законам, деяния оной власти всегда будут праведны, всегда будут благотворны.

(Т. 5 № 1111)



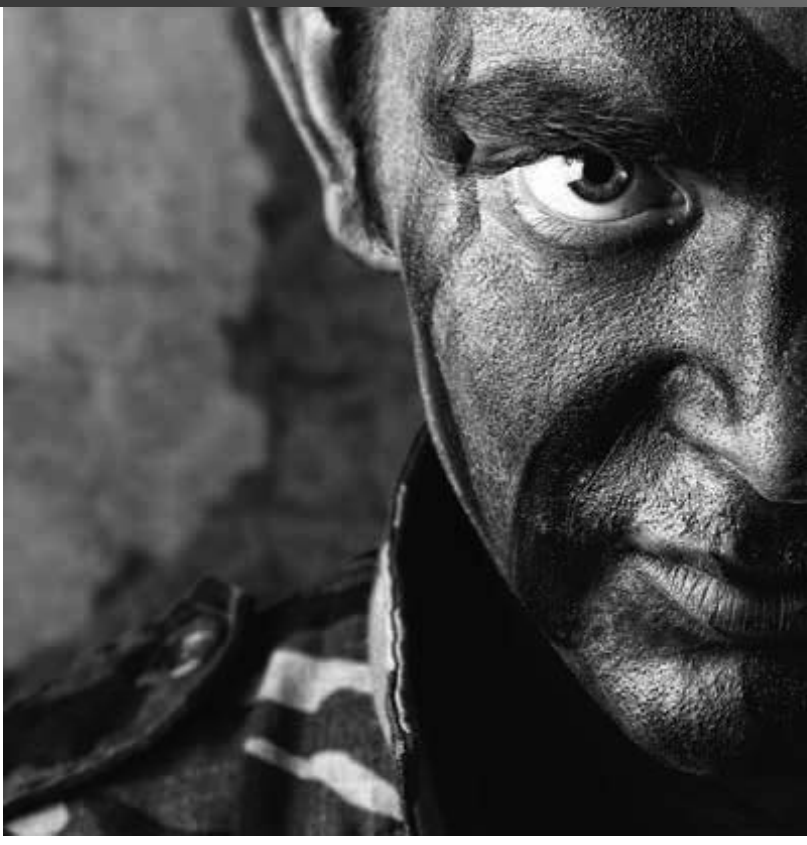
LEVITAS.RU

25 и 26 июня
Москва

отель
Holiday Inn Lesnaya

Marketing One
BEST MARKETING EVENTS

ДВА ДНЯ МАЛОБЮДЖЕТНОГО МАРКЕТИНГА



25 июня ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ

Нестандартно, чужими руками, без бюджета, для больших и малых

Александр Левитас, Эксперт №1 в России по партизанскому маркетингу и другие специалисты в области партизанского маркетинга

26 июня МАРКЕТИНГ БЕЗ БЮДЖЕТА

Игорь Манн и Виталий Мышляев: 100 кейсов Малобюджетного маркетинга!

ЧЕМУ ВЫ НАУЧИТЕСЬ?

- Как сделать так, чтобы к Вам всё время обращались новые и новые клиенты? Как превратить их в постоянных?
- Как продавать руками Клиента? 11 кейсов о привлечении партизан-покупателей!
- Как продавать больше и дороже!
- 70 безбюджетных инструментов iМаркетинга.

Инвестируйте немного времени в изучение специальных инструментов маркетинга и увеличьте свои продажи уже завтра!

реклама

Подробная информация, условия и регистрация: www.MarketingOne.ru,
тел. (495) 649-0908, e-mail: sokolova@MarketingOne.ru