

Редакционный совет:

Голенков В.А., д-р техн. наук, проф.,
председатель
Пилипенко О.В., д-р техн. наук,
проф., зам. председателя
Радченко С.Ю., д-р техн. наук, проф.,
зам. председателя
Борзенков М.И., канд. техн. наук, доц.,
секретарь
Астафичев П.А., д-р юрид. наук, проф.
Иванова Т.Н., д-р техн. наук, проф.
Киричек А.В., д-р техн. наук, проф.
Колчунув В.И., д-р техн. наук, проф.
Константинов И.С., д-р техн. наук, проф.
Новиков А.Н., д-р техн. наук, проф.
Попова Л.В., д-р экон. наук, проф.
Степанов Ю.С., д-р техн. наук, проф.

Главный редактор:

Попова Л.В., д-р экон. наук, проф.

Заместители

главного редактора:

Варакса Н.Г., д-р экон. наук, проф.
Коростелкина И.А., д-р экон. наук, проф.
Маслов Б.Г., д-р экон. наук, проф.

Члены редколлегии:

Богатырев М.А., д-р экон. наук, проф. (Ростовна-Дон,
Россия)
Бондарчук Н.В., д-р экон. наук, проф. (Москва, Россия)
Булюнь П., д-р наук, проф. (Париж, Франция)
Васильева М.В., д-р экон. наук, проф. (Орел, Россия)
Гишар Ж.-П., проф. (Ницца, Франция)
Маслова И.А., д-р экон. наук, проф. (Орел, Россия)
Мельник М.В., д-р экон. наук, проф. (Москва, Россия)
Полуди А.А., д-р экон. наук, проф. (Краснодар,
Россия)
Прайссер М.Г., д-р наук, проф. (Нижняя Саксония,
Федеративная Республика Германия)
Сухарев О.С., д-р экон. наук, проф. (Москва, Россия)

Ответственный за выпуск:

Варакса Н.Г., д-р экон. наук, проф.

Адрес редакции:

302020, г. Орел,
Наугорское шоссе, 40
(4862) 41-98-60
www.gu-unpk.ru
E-mail: LVP_134@mail.ru

Зарег. в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.
Свидетельство: ПИ № ФС77-47355 от 03 ноября 2011 года

Подписной индекс **29503**
по объединенному каталогу
«Пресса России»

© Госуниверситет - УНПК, 2014

СОДЕРЖАНИЕ

Наука социального управления и общественного развития

Долганов Б.В. Социальная реклама в России.....	3
Молькин А.Н., Акифьев И.В. Применение делового общения в сельскохозяйственных организациях.....	6
Баученков В.А. Особенности формирования интеллектуально-информационного капитала на макро и микроуровне.....	12
Тихомиров С.А. Знак-жест, гипербола и символический обмен: практика и коммуникация.....	21
Альхимович И.Н., Павлова О.В. Предпринимательство в социально-экономических отношениях: воспитательно-образовательный аспект.....	32

Научные тенденции развития инвестиций и инноваций

Власов Ф.Б. Факторы социально-экономического прогресса и проблемы инновационного развития российской экономики.....	40
Шалаев И.А. Интегральная оценка вклада инновационного фактора в результаты стратегии социально-экономического развития региона....	47
Кудрявцева Е.Л. Управление рисками фондов прямых инвестиций с целью повышения стоимости их бизнеса.....	54

Научная область использования учетно-аналитических систем

Алимов С.А. Основы аудита логистических затрат.....	59
--	----

Научные направления в области финансов, налогов и кредита

Андреев В.Е. Исследование динамики индикаторов различных отраслей экономики Российской Федерации и выявление взаимосвязей между ними.....	67
Варакса Н.Г. Анализ и управление налоговыми рисками по налогу на прибыль в рамках налоговой безопасности страны.....	78
Гудков А.А. Методика системного анализа совокупной налоговой задолженности на субфедеральном уровне.....	86

Научное развитие экономики и управления предприятием

Аксенов К.В. Методологические принципы формирования организационных структур управления в сфере дорожного хозяйства.....	99
Васильева М.В. Содержание маркетингового анализа.....	106
Саломатина Е.В. Оценка эффективности системы корпоративного управления в санаторно-курортных комплексах.....	112

Научное обозрение

Гишар Жан Поль Открытое лекционное занятие на тему «Меркантилизм и кризис».....	119
--	-----

Editorial council:

Golenkov V.A., *Doc. Sc. Tech., Prof., president.*
Pilipenko O.V., *Doc. Sc. Tech., Prof., vice-president.*
Radchenko S.Y., *Doc. Sc. Tech., Prof., vice-president.*
Borzenkov M.I., *Candidate Sc. Tech., Assistant Prof., secretary.*
Astafichev P.A., *Doc. Sc. Law., Prof.*
Ivanova T.N., *Doc. Sc. Tech., Prof.*
Kirichek A.V., *Doc. Sc. Tech., Prof.*
Kolchunov V.I., *Doc. Sc. Tech., Prof.*
Konstantinov I.S., *Doc. Sc. Tech., Prof.*
Novikov A.N., *Doc. Sc. Tech., Prof.*
Popova L.V., *Doc. Sc. Ec., Prof.*
Stepanov Y.S., *Doc. Sc. Tech., Prof.*

Editor-in-chief:

Popova L.V., *Doc. Sc. Ec., Prof.*

Editor-in-chief Assistants:

Varaksa N.G., *Doc. Sc. Ec., Prof.*
Korostelkina I.A., *Doc. Sc. Ec., Prof.*
Maslov B.G., *Doc. Sc. Ec., Prof.*

Associate Editors:

Bogatyrev M.A., *Doc. Sc. Ec., Prof. (Rostov-on-don, Russia)*
Bondarchuk N.V., *Doc. Sc. Ec., Prof. (Moscow, Russia)*
Boulogne P., *Doc. Sc., Prof. (Paris, France)*
Vasil'eva M.V., *Doc. Sc. Ec., Prof. (Orel, Russia)*
Guichard J.-P., *Prof. (Nice, France)*
Maslova I.A., *Doc. Sc. Ec., Prof. (Orel, Russia)*
Melnik M.V., *Doc. Sc. Ec., Prof. (Moscow, Russia)*
Polidi A.A., *Doc. Sc. Ec., Prof. (Krasnodar, Russia)*
Prazzer M.G., *Doc. Sc., Prof. (Lower Saxony, The Federal Republic of Germany)*
Sukharev O.S., *Doc. Sc. Ec., Prof. (Moscow, Russia)*

Responsible for edition:

Varaksa N.G., *Doc. Sc. Ec., Prof.*

Address:

302020 Orel,
 Naugorskoye highway, 40
 (4862) 41-98-60
 www.gu-unpk.ru
 E-mail: LVP_134@mail.ru

Journal is registered in Federal Agency of supervision in telecommunications, information technology and mass communications. The certificate of registration ПИ № ФС77-47355 from 03.11.2011

Index on the catalogue of the «**Pressa Rossii**» 29503

© State University-ESPC, 2014

CONTENTS

Science of social management and social development

Dolganov B.V. Social advertising in Russia	3
Malkin A.N., Akifiev I.V. The application of business communication in the agricultural organizations	6
Barchenkov V.A. Peculiarities of formation of intellectual and informational capital at the macro and micro level	12
Tikhomirov S.A. The token gesture, hyperbole, and symbolic exchange: practice and communication	21
Alhimovich I.N., Pavlova O.V. Entrepreneurship in socio-economic relations: the educational aspect	32

Scientific tendencies of development of investments and innovations

Vlasov F.B. Factors of social economy progress and problems innovative development of russian economy	40
Shalaev I.A. Integral evaluation of the contribution innovators in the results regional economic development strategies	47
Kudryavtseva E.L. Private equity funds' risk management in order to increase its value	54

Scientific area of use of registration-analytical systems

Alimov S.A. Bases of audit of logistic expenses	59
--	----

Scientific directions in the field of the finance, taxes and the credit

Andreev V.E. The study of the dynamics of indicators of various branches of economy of the russian federation and discover relationships between them	67
Varaksa N.G. Analysis and management of tax risk tax under the tax security of the country	78
Gudkov A.A. Method of comprehensive system analysis tax debt at the subnational level	86

Scientific development of economy and operation of business

Aksenov K.V. The methodological principles of formation of organizational structures of management in the sphere of road economy	99
Vasil'eva M.V. Contents of the marketing analysis	106
Salomatina E.V. Evaluation of the effectiveness of the corporate governance system in sanatorium-resort complexes	112

Scientific review

Guichard Jean-Paul Open lectures on the topic «Mercantilism and the crisis»	119
--	-----

НАУКА СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ **И ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ**

УДК 32.019.51

Б.В. ДОЛГАНОВ

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В РОССИИ

Статья посвящена обсуждению развития социальной рекламы в России. Анализируется качество воздействия такого вида рекламы на общество.

Ключевые слова: социальная реклама, общество, государство, власть, пропаганда, Россия.

Социальная реклама – это особый вид некоммерческой рекламы, заказчиками которой в большинстве своем являются государственные органы власти. Такая реклама направлена на изменение моделей общественного поведения, на привлечение внимания общества к тем или иным проблемам. Чаще всего социальная реклама призывает к соблюдению правил дорожного движения, к борьбе с наркотиками, к заботе об окружающей среде и так далее.

Посредством социальной рекламы власти формируют общественное мнение, пытаются задать установки того, каким должно быть само общество, какие оно должно исповедовать ценности. Логичным будет предположить, что власти непосредственно заинтересованы в той или иной социальной рекламе. На западе управляющие структуры уже давно пришли к этому и умело используют социальную рекламу. В России ситуация совершенно иная, возможно в силу того, что рыночные отношения еще не укрепились в психологии людей.

РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛАСТИ.

Принято считать, что в нашем государстве существуют три ветви власти – законодательная, исполнительная, судебная. Отдельной когортой выделяют СМИ, называя их четвертой ветвью. В частности, одним из важнейших инструментов этой «четвертой ветви власти» является и социальная реклама. Вполне очевидно, что реклама сама по себе очень сильный инструмент воздействия на общество. Это уже видно на поколении, которое выросло в новой России. Их самые яркие воспоминания из детства – это переведенная на русский язык англоязычная реклама только появившихся на прилавках западных товаров. Спросите у любого, чьи юные годы пришлись на 90-е годы, с чем ассоциируется у него детство? И он вам ответит – напитки Uri, сладости Kinder Surprise, конструкторы Lego, жвачка Wrigley, любимая всеми приставка Dendy, бандиты... То есть мы можем ясно увидеть, что у них то, что еще лет 20 назад было практически недоступным (например, шоколадки, жвачки, игрушки), и стало ассоциироваться с теплыми воспоминаниями о детстве. Это напрямую указывает на то, что реклама как инструмент воздействия и управления уже давно работает в российском обществе. Уже выросло новое поколение, которое не видело Советского Союза, а лишь слышало о нем от других, или читало в учебниках по истории. У них новые устои, новые принципы, новые цели. Соответственно, старые методы управления посредством рекламы уже не работают. Они не пойдут служить, потому что «родину надо защищать»; им родина ничего толком не дала, у них даже само слово «родина» ассоциируется максимум с родным городом. Они не пойдут убирать улицы, потому что «субботник». Они не станут работать по две смены подряд, чтобы побить рекорд завода. Да и на завод-то уже мало кто хочет идти. И таких примеров множество. Большинство из них – нового поколения, поколения современной России –

пойдет на работу туда, где больше платят, не смотря на саму работу. Многие из них не считают пиво за алкоголь, сигареты – за наркотики, они на полном серьезе считают, что купленный диплом – это высшее образование. Именно на людей такого типа должна быть направлена российская социальная реклама, мотивирующая к чему-то лучшему, к чему-то большему.

ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИИ.

Социальная реклама создана для направления ориентации социальной деятельности отдельных членов общества таким образом, чтобы это шло на пользу общей цели. То есть, иными словами – для подачи положительного примера. Например, социальная реклама против алкоголизма, призванная мотивировать людей к трезвому образу жизни, должна способствовать очищению улиц от нетрезвых и опасных в своем опьянении личностей, что, возможно, сделает даже самые темные закоулки более безопасными. Но тут необходимо отметить важность развития общества. В современной России совершенно другая мораль, которой чужды многие общечеловеческие ценностные ориентации. В подобной ситуации оказалось молодое советское государство в 20-е – 30-е годы XX века. Тогда, развивая инфраструктуру и технологии, власти столкнулись с неграмотностью населения. Именно тогда появились плакаты, которые объясняли людям, как пользоваться тем или иным прибором, как вести себя в той или иной ситуации и что делать в тех или иных случаях. Эти плакаты пользовались популярностью у советских пропагандистов до 80-х годов включительно.

Так же существует еще и вторая большая проблема социальной рекламы в России – её плохая подача. На кого, интересно, рассчитан баннер на многополосной дороге «Возьмите за руку на переходе»? На автомобилистов? Или почему социальную рекламу, направленную против алкоголизма среди молодежи, показывают в то время дня, когда по идее молодого поколения возле телевизоров нет (например, в полдень, когда идут занятия в университетах, или вечером, когда молодежь отдыхает вне дома)? Плохая реализация – чуть ли не основная проблема социальной рекламы в России.

Третья проблема – отсутствие заинтересованности негосударственных организаций в социальной агитации общества к чему-то хорошему. Государственные интересы удовлетворены тем небольшим объемом социальной рекламы, которая имеется. Чаще всего это реклама, которая существует для отчета в документах – «Займись спортом!», «Соблюдай ПДД!», «Не делай аборт!». А вот сторонние организации (точнее, то небольшое их число) совершенно не заинтересованы этим вопросом. И зря. Можно проследить прямую последовательность. Взять, к примеру, фабрику или завод: не имеющий вредных привычек рабочий быстрее выполнит план и гораздо лучше сделает свою работу. То же самое можно отнести и к торговле – нетрезвый человек не может быть потенциальным покупателем нового автомобиля или последней версии iPhone.

Исходя из всего вышесказанного, можно констатировать, что для создания адекватной и действующей социальной рекламы в России нужно привлекать, в первую очередь, частные организации. Нужно создавать такие условия, чтобы в этом были заинтересованы коммерческие и общественные структуры, так как у них с большей вероятностью имеются те денежные средства, благодаря которым можно создать конкурентную обычной социальной рекламу, которая, в свою очередь, может оказаться более действенной, чем реклама, заказанная государством. Вопросы, которые будет поднимать такая реклама, должны быть насущными, актуальными. В России, к сожалению, на данный момент очень много тех тем, на которые нужно обратить внимание общественности посредством социальной рекламы. Сегодня можно, а главное, нужно акцентировать внимание на таких острых вопросах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.constitution.ru/>
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.1soc.ru/>
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.zakonrf.info/zoreklame/10/>

Долганов Бронислав Викторович

ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», НИУ «БелГУ»

Аспирант кафедры социальных технологий

308015, г. Белгород, ул. Победы, 85

Тел.: 8-953-610-69-61

E-mail: BroMilke@rambler.ru

B.V. DOLGANOV

SOCIAL ADVERTISING IN RUSSIA

The article is devoted to discussion of social advertising in Russia. We analyze the impact of the quality of this type of advertising on society.

Keywords: *social advertising, society, state, power, propaganda, Russia.*

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Konstitucija RF [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: URL: <http://shhshhshh.constitution.ru/>
2. [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: URL: <http://shhshhshh.1soc.ru/>
3. [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: URL: <http://shhshhshh.zakonrf.info/zoreklame/10/>

Dolganov Bronislaw Viktorovich

Belgorod state national research university

Postgraduate student of the department of social technologies

308015, Belgorod, street victory, 85

Ph.: 8-953-610-69-61

E-mail: BroMilke@rambler.ru

А.Н. МОЛЬКИН, И.В. АКИФЬЕВ

ПРИМЕНЕНИЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Организации, функционирующие на рынке, применяют в своей работе деловое общение, что является одним из факторов успешного развития. В статье на основе проведенного исследования рассказывается о влиянии делового общения на деятельность сельскохозяйственных организаций.

Ключевые слова: *сотрудники, деловое общение, переговоры, партнеры, организация, принципы.*

В современном деловом мире каждая организация или фирма, действующая на рынке, сталкивается с таким явлением как деловое общение. Применение делового общения в деятельности организации нельзя никак избежать, так как это залог успешного ведения дел. Для успешного развития сельскохозяйственного предприятия нужно вести множество переговоров, от которых зависит дальнейшее развитие организации.

Можно выделить следующие виды делового общения [2]:

- по времени и месту осуществления деловое общение делится на служебное и внеслужебное. Первое означает взаимодействие людей, осуществляемое в рабочее время и в пределах своей организации. Вместе с тем понятие «деловое общение» является более широким, чем служебное, так как включает в себя взаимодействие и наемных работников, и собственников-работодателей; происходит не только в организациях, но и на различных деловых приемах, семинарах, выставках и пр. А второе, внеслужебное деловое общение происходит вне организации, но в ее интересах: командировки руководителей и специалистов, конференции; общение с поставщиками, конкурентами, потребителями продукции и др.;

- по степени контактности деловое общение подразделяют на прямое (непосредственный контакт) и косвенное (между партнерами существует пространственно-временная дистанция). Прямое деловое общение обладает большей результативностью, силой эмоционального воздействия и внушения, чем косвенное, так как в нем непосредственно действуют социально-психологические механизмы, обладающие определенной эффективностью: внушение, заражение, подражание, сопереживание, сопричастность, конформизм и др.;

- по средствам осуществления деловое общение подразделяется на вербальное (словесное) и невербальное, при котором средством передачи информации являются жесты, мимика, взгляды, позы, интонации и др.;

- по характеру и содержанию деловое общение может быть формальным и неформальным. Первое осуществляется в обязательном порядке в процессе служебно-профессиональной деятельности на основе официальных руководящих документов: законы, постановления, приказы, инструкции, наставления руководства и др. Второе, как правило, действует в пределах организации на основе добровольного участия и регламентируется нормами и критериями морали, этики, правилами общежития, коллективных традиций и ценностей;

- по целевой направленности можно выделить следующие специфические виды делового общения, присущие деятельности руководителей различных рангов: профессиональное, педагогическое, воспитательное, творческое, спортивное и др.

Знание видов делового общения, которые охватывают все рабочие ситуации

позволяют упорядочить весь процесс общения в рамках деловой среды.

Целью исследования является изучение применения делового общения в деятельности сельскохозяйственных организациях.

Основным методом исследования выбран анкетный опрос. Основа любой анкеты — вопросы, которые можно классифицировать:

- по содержанию;
- по форме;
- по функции.

Анкета состоит из 38 вопросов. Основное внимание было уделено применению делового общения работниками в процессе работы.

В исследовании принимало участие 69 % мужчин и 31 % женщин. Опрашиваемые сотрудники работают в разных подразделениях организации. Непосредственными плюсами анкетирования является краткость и лаконичность вопросов, объяснение респонденту, что необходимо для быстрого и чаще интуитивного ответа на вопросы.

Определение объема выборки зависит от уровня доверительного интервала допустимой статистической ошибки. Здесь имеются в виду так называемые случайные ошибки, которые связаны с природой любых статистических погрешностей. В.И. Паниотто приводит следующие расчеты репрезентативной выборки с допущением 5%-ной ошибки [3].

Таблица 1 – Расчеты репрезентативной выборки [3]

Объем генеральной совокупности	500	1000	2000	3000	4000	5000	10000	100000
Объем выборки	222	286	333	350	360	370	385	358

Объем выборки при анкетировании сотрудников составил от репрезентативной совокупности (500 чел.) 222 респондентов с учетом величины фактической ошибки выборки в зависимости от ее объема. Фактическая ошибка выборки в нашем исследовании составляет 5%, что вполне допустимо и соответствует уровню «обыкновенной надежности».

Первая часть исследования посвящена изучению особенностей применения делового общения сотрудниками в сельскохозяйственных организациях. Сотрудники выделяют следующие виды общения, которые применяются в организациях:

- деловое общение 28,9%;
- формальное общение 23,1%;
- неформальное общение 40,5%;
- личностное общение 7,5%.

Респондентов спросили: «Часто ли вы применяете в работе деловое общение?».

45,3% респондентов часто применяют деловое общение в работе, 30,7% – редко, и 25% – иногда. Таким образом, большая часть работников организаций применяют деловое общения в процессе работы, это позволяет выполнять свои обязанности с большей эффективностью.

Сотрудники выделяют следующие формы делового общения, которые применяются в организациях (рис. 1).

В сельскохозяйственных организациях применяются разные формы делового общения, это связано с тем, что организация имеет несколько направлений бизнеса.

Сотрудников организаций спросили: «Во время работы Вы применяете деловое общение?» Все респонденты ответили положительно, по их мнению, это дисциплинирует, и позволяет более эффективней доносить друг другу информацию, касающуюся рабочего процесса.

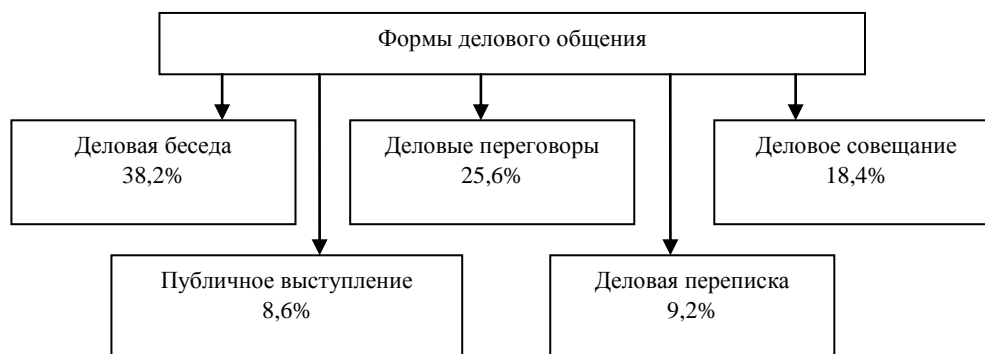


Рисунок 1 – Формы делового общения, применяемые в сельскохозяйственных организациях

Респондентам задали вопрос: «Умеете ли Вы считывать вовремя делового общения невербальное послание собеседника». 32,8% респондентов вовремя делового общения могут считывать невербальное послание собеседника, не умеют считывать – 62,4%, и затрудняются ответить – 4,8%. Можно сделать вывод, большой процент во время делового общения не могут прочесть невербальное послание, что в некоторых случаях плохо отражается на функционировании организации.

32,3% не знают принципов проведения делового общения, 42,6% знают, 19,1% имеют только представление, и 7% затрудняются ответить. Отсюда следует, сотрудники организаций знают принципы проведения делового общения, и применяют эти знания вовремя проведения переговоров.

Респонденты выделяют пять принципов проведения делового общения:

- привлечь внимание собеседника;
- пробудить в собеседнике заинтересованность;
- детально обосновать свои доводы;
- устранить сомнения собеседника;
- преобразовать интересы собеседника в решения.

Что свидетельствует о высоком уровне подготовленности сотрудников к проведению деловых переговоров.

Таким образом, первая часть исследования показала, что сотрудники организаций применяют разные формы общения в зависимости от ситуации. Большая часть работников применяют деловое общение в процессе работы. Часть сотрудников знают принципы проведения делового общения, и применяют эти знания во время проведения переговоров.

Вторая часть исследования направлена на изучение применения делового общения в сельскохозяйственных организациях. Респондентов спросили: «Приветствуется ли в организации неформальное общение во время работы?». 89,5% сотрудников сказали, что приветствуется неформальное общение вовремя работы, и 10,5% ответили, что не приветствуется. Отсюда следует, большая часть сотрудников вовремя работы используют неформальное общение между собой.

Сотрудникам задали вопрос: «На их взгляд, правильно ли в организации проходят телефонные переговоры между сотрудниками связанные с рабочими ситуациями?» (рис. 2).

Анализ поставленного вопроса показал, по мнению 32,8% респондентов телефонные переговоры проходят правильно, 40,2% сотрудников утверждают не всегда правильно, и 27% рабочих затрудняются ответить. Отсюда следует, что руководству сельскохозяйственных организаций необходимо обучить сотрудников как правильно нужно проводить телефонные переговоры, для повышения культуры общения между сотрудниками.

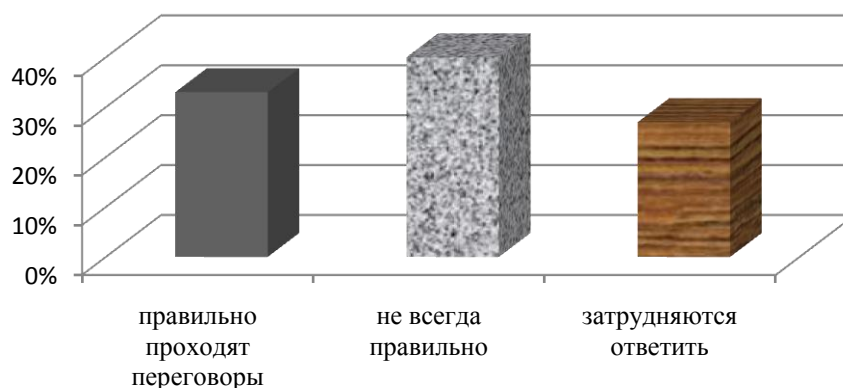


Рисунок 2 – Правильность проведения телефонных переговоров

По мнению сотрудников организаций необходимо проводить тренинги по деловому общению, что позволит повысить эффективность проведения переговоров с потенциальными и реальными клиентами.

58,6% сотрудников организации считают, что деловое общение направлено на достижение определенного результата, 33,4% думают, что направлено на процесс личного взаимодействия, 8% респондентов – на взаимосвязь коллег.

Таким образом, большая часть сотрудников сельскохозяйственных организаций понимают, что деловое общения направлено на достижение определенного результата, что, в свою очередь, позволяет проводить переговоры с наибольшей выгодой для организации.

Сотрудников организации задали вопрос, считают ли они принудительностью главным признаком делового общения. 45,3% считают, что главным признаком делового общения является принудительность, 33,6% так не считают, и 15,1% затрудняются ответить. Отсюда следует, у большей части респондентов есть такое чувство вовремя делового общения как принудительное поведение, и для них деловое общение имеет главный признак принудительность.

Сотрудники выделяют ряд особенностей делового общения в сельскохозяйственных организациях:

- регламентированность – 74,5%;
- юридическая оформленность взаимодействий – 16,3%;
- партнер в деловом общении всегда выступает как личность – 9,2%.

В каждой сельскохозяйственной организации существует своя специфика делового общения, которую соблюдают сотрудники организации в процессе работы.

Респондентов попросили назвать стиль и типы собеседников, которые они знают. 36,5% сотрудников знают стиль и тип собеседника нормативный, 28,7% назвали аналитический тип собеседника, 21,4% интуитивный, и 13,4% фактический.

Сотрудники организаций знают стиль и типы собеседников, что позволяет вовремя деловых переговорах понять какой тип перед ними сидит и как правильно необходимо себя вести с ним для получения нужного результата.

Сотрудников организации спросили, как происходит общение с деловыми партнерами организации. 65,5% сотрудников сказали, что общение происходит с партнерами организации в зависимости от ситуации, 16,3% ответили, что применяется прямое общение, и 18,2% в некоторых случаях с партнерами общаются с помощью непрямого общения.

Отсюда следует, что сотрудники организации очень гибко подходят деловым переговорам со своими партнерами, что позволяет организации успешно функционировать на сельскохозяйственном рынке.

По результатам исследования можно сделать вывод:

- 45,3% респондентов часто применяют деловое общение в работе;
- только 32,8% респондентов вовремя делового общения могут считывать невербальное послание собеседника;
- 42,6% респондентов знают принципы проведения делового общения;
- 36,5% сотрудников знают стиль и тип собеседника нормативный.

Таким образом, исследование выявило, что большая часть сотрудников во время работы использует неформальное общение между собой. Руководству сельскохозяйственных организаций необходимо обучить сотрудников как правильно нужно проводить телефонные переговоры для повышения культуры общения. Большая часть респондентов понимают, что деловое общение направлено на достижение определенного результата, что, в свою очередь, позволяет проводить переговоры с наибольшей выгодой для организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аминов, И.И. Психология делового общения: учебное пособие [Текст] / И.И. Аминов. - М.: Омега-Л, 2009. – 304 с.
2. Бороздина, Г.В. Психология делового общения: учебник для студ. вузов, обучающихся по экономическим спец. [Текст] / Г.В. Бороздина. – 2-е изд. – Москва: ИНФРА-М, 2011. – 294 с.
3. Добренское, В.И. Методы социологического исследования: Учебник [Текст] / В.И. Добренское, А.И Кравченко. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 768 с.
4. Деловое общение и его особенности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.Ozd.ru/kultura_i_iskusstvo/delovoe_obshhenie_iego_osobennosti.html
5. Навыки делового общения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://hqbusiness.ru/navyki-delovogo-obshcheniya>
6. Особенности организации делового общения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rosbo.ru/www/print.php?id=1037>
7. Руденко, А.М. Деловое общение: учебное пособие [Текст] / А.М. Руденко, С.И. Самыгин. – Р-н-Д.: Феникс, 2008. – 416 с.

Молькин Алексей Николаевич

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства
Студент 5 курса
440028, Россия, г. Пенза, ул. Г. Титова, 28
E-mail: 19-93285@rambler.ru

Акифьев Илья Владимирович

Пензенский государственный университет архитектуры и строительства
Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Маркетинг и экономическая теория»
440028, Россия, г. Пенза, ул. Г. Титова, 28
E-mail: huntersu5@yandex.ru

A.N. MALKIN, I.V. AKIFIEV

THE APPLICATION OF BUSINESS COMMUNICATION IN THE AGRICULTURAL ORGANIZATIONS

The organization of functioning on the market to use in my work business communication, which is one of the factors of successful development. In article on the basis of the study discusses the impact of business communication in agriculture organization.

Keywords: employees, business communication, negotiation, partners, organization principles.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Aminov, I.I. Psihologija delovogo obshhenija: uchebnoe posobie [Tekst] / I.I. Aminov. - M.: Omega-L, 2009. – 304 s.
2. Borozdina, G.V. Psihologija delovogo obshhenija: uchebnik dlja stud. vuzov, obuchajushhihsja po jekonomicheskim spec. [Tekst] / G.V. Borozdina. – 2-e izd. – Moskva: INFRA-M, 2011. – 294 s.
3. Dobren'koe, V.I. Metody sociologicheskogo issledovanija: Uchebnik [Tekst] / V.I. Dobren'koe, A.I Kravchenko. – M.: INFRA-M, 2004. – 768 s.
4. Delovoe obshhenie i ego osobennosti [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://www.Ozd.ru/kultura_i_iskusstvo/delovoe_obshhenie_iego_osobennosti.html
5. Navyki delovogo obshhenija [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://hqbusiness.ru/navyki-delovogo-obshcheniya>
6. Osobennosti organizacii delovogo obshhenija [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.rosbo.ru/www/print.php?id=1037>
7. Rudenko, A.M. Delovoe obshhenie: uchebnoe posobie [Tekst] / A.M. Rudenko, S.I. Samygin. – R-n-D.: Feniks, 2008. – 416 s.

Malkin Alexey Nikolaevich

Penza state university of architecture and construction
5th year student
440028, Russia, Penza, st. Titov, 28
E-mail: 19-93285@rambler.ru

Akifiev Ilya Vladimirovich

Penza state university of architecture and construction
Ph.D., associate professor of «Marketing and economic theory»
440028, Russia, Penza, st. Titov, 28
E-mail: huntersu5@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННОГО КАПИТАЛА НА МАКРО И МИКРОУРОВНЕ

В современных условиях становится вполне обоснованным выделение понятия интеллектуально-информационный капитал (ИИК), поскольку именно этот капитал сегодня превращается в один из важнейших ресурсов постиндустриальной экономики. Приводится теоретический анализ процессов формирования интеллектуально-информационного капитала на микро и макроуровне. Показано, что индивидуальный интеллектуально-информационный капитал формируется способностями, уровнем подготовки и интеллектуальной активностью индивида, корпоративный ИИК аккумулируется в рамках отдельных хозяйственных единиц. Сделан вывод о том, что интеллектуально-информационный капитал является значимым элементом в структуре национального богатства, обеспечивающим ее конкурентоспособность на мировых рынках.

Ключевые слова: интеллектуально-информационный капитал, структура интеллектуально-информационного капитала, развитие информационного общества.

Сегодня инновационный процесс определяет не только общее направление и условия развития национальной экономики, но и ее место и возможности в современной мировой экономике, конкурентоспособность страны и перспективы ее развития.

Создание адекватной данным требованиям ресурсной базы предполагает необходимость научного обоснования процессов формирования относительно новых для нашей экономики производственных факторов, которые в конечном итоге и будут определять национальный инновационный вектор развития.

В данных условиях особая роль отводится таким специфическим факторам производства как знания и информация, которые в процессе своей коммерциализации приобретают не только потребительную, но и коммерческую ценность, обусловленную величиной потенциальных доходов собственников данных ресурсов.

Знания и информация, как полноправный объект потребления, рассматриваются учеными-экономистами, начиная с 50-х гг. XX века. Однако, вопросы их капитализации впервые раскрываются в работах Стенли Дэвиса и Кристофера Мейера, посвященных теории организационного капитала, который авторы рассматривают как «все стандартные для всей компании процессы, системы и политики, представляющие накопление опыта и знаний многими людьми за много лет» [1]. В данном контексте С. Дэвис и К. Мейер выделяли две составляющие:

- человеческий капитал, формирующийся в процессе инвестирования в развитие трудовых ресурсов организации, систему обучения и развития персонала;
- капитал знаний, инвестиционные расходы компании на приобретение, разработку и использование знаний, воплощенных в технологиях.

На наш взгляд структуру данного капитала необходимо дополнить капиталом информации, как инвестициями, которые осуществляет компания на поиск, приобретение, накопление и использование полезной информации. И в совокупности все три формы данного нематериального актива компании будут определять структуру интеллектуально-информационного капитала компании.

Процессы коммерциализации информации как специфического ресурса, возникающего как позволяющего за счет своевременного использования информации повысить конкурентоспособность предприятий, организаций, отраслей и экономики в целом,

в свою очередь, ведут к капитализации данного ресурса, то есть формированию особого информационного капитала.

В то же время не следует забывать о том, что значимая часть данного капитала формируется самими людьми, которые в процессе анализа и обработки уже существующих знаний, трансформирующихся в общеизвестную информацию, создают новые знания.

Таким образом, интеллектуальный потенциал человека приобретает особое функциональное назначение и является своеобразным «неосязаемым» фактором производства, создающим знание, которое в процессе его спецификации применительно к сферам своего использования формирует массивы полезной информации. При этом в процессе коммерческой реализации накопленных обществом и индивидом информации и знаний формируется специфическая форма капитала – интеллектуально-информационный капитал.

Интеллектуально-информационный капитал (ИИК), с нашей точки зрения, представляет собой совокупность возобновляемых в процессе накопления знаний информационных ресурсов, обладающих потребительной и коммерческой ценностью, выступающих одновременно как капитализируемый запас и поток, приносящих в процессе своего вовлечения в экономический оборот доход субъекту экономической деятельности. В качестве экономического субъекта может выступать как отдельный индивид или их совокупность, так и организация, предприятие, государство.

Рассматривая интеллектуально-информационный капитал как экономическую категорию, прежде всего, следует отметить, что это отношения между субъектами экономики, возникающие в процессе формирования и рационального использования совокупности накопленных интеллектуальных активов, закрепляемых правом интеллектуальной собственности, а также специфических информационных ресурсов (собственность на которые юридически закреплена быть не может ввиду их невещественного свойства). Эти ресурсы капитализируются и воспроизводятся экономической системой, участвуют в создании конкретных полезностей (товаров, услуг) или хозяйственных условий, и формируют необходимый доход на основе обособленного экономического интереса.

Выделение интеллектуально-информационного капитала, как специфической формы капитала обусловлено, прежде всего, тем, что в условиях современного информационного общества определяющим фактором экономического роста и необходимым условием устойчивого экономического развития является не просто процесс генерации знаний, но и формы их аккумуляции в виде уникальной информации, а также способы и технологии обработки, хранения и передачи этой информации.

В современном обществе фактор производства «труд» постепенно замещается «знаниями», поскольку уровень технического развития современного производства предполагает все большее использование творческого, интеллектуального труда.

Трансформация получаемых знаний и накопленной информации в интеллектуально-информационный капитал предполагает развитие возможностей современного общества использовать в хозяйственной деятельности информационные и интеллектуальные ресурсы и их создателя – человека, способного генерировать новое знание и применять его в целях социально-экономического развития.

В системе, связывающей общество и окружающую информационную среду, человек выступает творческим организационно-объединяющим элементом.

Структура интеллектуально-информационного капитала приведена в таблице 1.

Таблица 1 – Структура интеллектуально-информационного капитала

Интеллектуально-информационный капитал			
Корпоративный			Индивидуальный
Внешняя информация	Корпоративная информация	Формализованные знания, знание на носителях	Неформализованные знания, интеллектуальная собственность

Таким образом, интеллектуально-информационный капитал с одной стороны, персонифицируется в самом работнике, формируя его интеллектуальный потенциал, развивая способности к созданию и внедрению в производство новой информации, и в конечном итоге выступая источником дохода. С другой стороны новые знания, интеллектуальные и информационные продукты и услуги включаются в экономический оборот как объекты интеллектуальной собственности, которые можно продавать, передавать, т.е. отчуждать от своего производителя в результате купли-продажи.

В составе индивидуального интеллектуально-информационного капитала, на наш взгляд следует выделять не только совокупность интеллектуальных активов и способности человека к их созданию, но и обладание индивидуумом экономически значимой информацией, мотивацию к экономической деятельности, его предпринимательскую и творческую активность, коммуникабельность и другие личностные качества.

В процессе капитализации знаний и информации в структуре индивидуального интеллектуально-информационного капитала формируется специфический доход, который субъект данного капитала может присваивать как в виде вознаграждения за творческий труд и премии за активность, так и в виде доли прибыли компании.

Поскольку и наемный работник, и предприниматель заинтересованы в максимально выгодном использовании интеллектуально-информационного капитала, отчетливо прослеживается совпадение интересов участников хозяйственного процесса: для одного это проявляется в виде дохода (интеллектуально-информационной ренты), а для другого – в виде прибыли [2].

Сегодня, когда обладание современной многоаспектной информацией расширяет пространство выбора и создает оптимальные условия функционирования капитала, эффективность использования интеллектуально-информационного капитала, в конечном счете, будет определяться уровнем развития информационной инфраструктуры, определяющей условия обмена научной информацией, получения новых знаний и навыков.

Следующим этапом алгоритма формирования интеллектуально-информационного капитала является рассмотрение корпоративного интеллектуально-информационного капитала как системы производственных отношений, возникающих на уровне индивидуального воспроизводства между субъектами хозяйствования в процессе экономического оборота интеллектуальных и информационных продуктов.

Процесс формирования корпоративного интеллектуально-информационного капитала предполагает несколько путей его первоначального накопления:

- приобретение готовых знаний и информации через рыночные институты;
- создание этих нематериальных активов в рамках самих компаний и организаций;
- передача и распространение в процессе различных видов интеграции предприятий (формирование сетевых механизмов);
- перераспределение знаний и информации в условиях формирования единой национальной интеллектуально-информационной инфраструктуры.

В таблице 2 приведены данные о затратах российских организаций на информационные и коммуникационные технологии за последние 7 лет. Исходя из указанных данных, можно сделать выводы, что наибольшее значение удельных затрат приходится на

приобретение вычислительной техники и оплату услуги электросвязи. При этом нужно отметить, что доля затрат на приобретение вычислительной техники, неуклонно снижается, при этом возрастают затраты на приобретение программных средств.

Таблица 2 – Распределение затрат организаций на информационные и коммуникационные технологии по видам (в процентах к итогу)*

Виды затрат	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.
Затраты на информационные и коммуникационные технологии - всего	100	100	100	100	100	100	100
в том числе:							
на приобретение вычислительной техники	33,7	31,2	27,5	20,3	23,9	23,1	23,8
на приобретение программных средств	11,3	14,7	15,9	16,4	15,7	17,3	20,1
на оплату услуг электросвязи	31,4	29,4	31,4	33,8	32,6	30,7	29,7
из них на оплату сети Интернет	5,7	6,0	6,6	7,9	7,6	8,8	7,6
на обучение сотрудников, связанное с развитием и использованием информационных и коммуникационных технологий	0,8	0,7	0,8	1,2	0,7	0,8	0,7
на оплату услуг сторонних организаций и специалистов по информационным и коммуникационным технологиям (кроме услуг электросвязи и обучения)	15,2	16,5	17,5	19,0	19,2	19,9	17,5
прочие затраты	7,6	7,5	6,9	9,2	9,9	8,3	8,2

* Составлено по данным Государственного комитета статистики. Источник: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/it_technology/#

В то же время следует отметить, что организации выделяют явно недостаточные средства на внутрифирменное обучение сотрудников, связанное с развитием и использованием информационных и коммуникационных технологий, что, в конечном счете, ведет к росту доли затрат на оплату услуг сторонних организаций и специалистов по информационным и коммуникационным технологиям.

Анализ Мониторинга развития информационного общества в Российской Федерации позволяет сделать выводы о том, что современные организации не совсем еще готовы психологически и финансово вкладывать средства в формирование и развитие интеллектуально-информационного капитала (табл. 3).

Только одна десятая часть из обследованных организаций проводила дополнительное обучение сотрудников в области информационных и коммуникационных технологий, еще меньшее количество организаций использует возможности создания информационно-справочных терминалов для продвижения собственных товаров, работ и услуг. Обнадеживающе выглядит информация о наличии специальных программных средств для управления закупками и продажами товаров (работ, услуг). Однако доля оборота организаций, полученная от продаж по заказам, полученным по глобальным сетям, в общем обороте организаций очень незначительна (менее 1%).

Таблица 3 – Данные мониторинга развития информационного общества в Российской Федерации*

Наименование показателя	Единица измерения	2010 г.	2011 г.	2012 г.
<i>Информационная грамотность населения</i>				
Доля организаций, проводивших дополнительное обучение сотрудников в области информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), в общем числе обследованных организаций	процент	9,8	10,0	7,0
<i>Инновационный потенциал</i>				
Доля внутренних затрат на исследования и разработки, в % к ВВП	процент	1,13	1,09	1,12
Доля внутренних затрат на научные исследования и разработки сектора ИКТ, в общем объеме внутренних затрат на научные исследования и разработки	процент	1,3	1,5	2,9
Доля затрат на технологические инновации, в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг организаций промышленного производства и сферы услуг	процент	1,6	2,2	2,5
Удельный вес затрат на исследования и разработки, нацеленные на развитие экономики, в общем объеме внутренних затрат на исследования и разработки	процент	35,0	38,0	42,3
Доля организаций промышленного производства и сферы услуг, осуществлявших технологические инновации, в общем числе обследованных организаций	процент	7,9	8,9	9,1
Удельный вес принципиально новых технологий, в общем числе созданных передовых производственных технологий	процент	11,8	9,7	10,2
<i>Электронный бизнес</i>				
Доля организаций, имевших веб-сайт, в общем числе обследованных организаций	процент	28,5	33,0	37,8
Доля организаций, имевших действующие информационно-справочные терминалы (Инфоматы), в общем числе обследованных организаций	процент	2,6	4,2	6,0
Доля организаций, имевших специальные программные средства для управления закупками товаров (работ, услуг), в общем числе обследованных организаций	процент	-	36,1	36,2
Доля организаций, имевших специальные программные средства для управления продажами товаров (работ, услуг), в общем числе обследованных организаций	процент	-	24,3	22,8
Доля организаций, размещавших заказы на товары (работы, услуги) в Интернете, в общем числе обследованных организаций	процент	35,0	39,2	41,1
Доля организаций, получавших заказы на выпускаемые товары (работы, услуги) по Интернету, в общем числе обследованных организаций	процент	16,9	17,1	18,0
Доля оборота организаций, полученная от продаж по заказам, полученным по глобальным сетям, в общем обороте организаций - всего	процент	-	0,9	0,7
в том числе по заказам через:				
- Интернет	процент	-	0,6	0,5
- другие глобальные информационные сети	процент	-	0,3	0,2

*Составлено по данным Мониторинга развития информационного общества в Российской Федерации. Источник: Официальный сайт Государственного комитета статистики <http://www.gks.ru>

Между тем развитие электронного бизнеса, предполагающее использование сетевых технологий для поддержания бизнес-контактов, существенно расширяет хозяйственные

возможности любой организации, значительно упрощая работу с потребителями, поставщиками или иными контрагентами.

Развитие современных технологий позволяет осуществлять и обратную связь с потребителем, восприятие его предпочтений и потребностей, анализ потенциального спроса и предположительную динамику последнего. Все это, в конечном итоге, оказывает существенное влияние на прирост организационного капитала компании с точки зрения не только развития управленческих технологий и накопления полезной информации, но и с позиций расширения клиентской базы организации или предприятия.

Формирование корпоративного интеллектуально-информационного капитала происходит на основе системы взаимодействия профессиональных знаний персонала, интеллектуальных и информационных ресурсов компании фирменных ноу-хау и объектов интеллектуальной собственности, баз знаний, обеспечивающих конкурентные преимущества в разработке, освоении и распространении инноваций в отрасли, устойчивое или лидирующее положение на рынке, достаточные доходы для финансирования инновационно-инвестиционных проектов и программ, выполнения обязательств перед персоналом и государством.

Включение в экономический оборот корпоративного интеллектуально-информационного капитала осуществляется посредством вовлечения его в структуру производственных факторов, внедрение новых интеллектуальных и информационных продуктов, а также за счет обеспечения дополнительных конкурентных преимуществ, особенно в сфере принятия инновационных решений.

Эффекты от экономической реализации корпоративного интеллектуально-информационного капитала проявляются только при определенных условиях. С точки зрения фирмы, важнейшим результатом функционирования интеллектуально-информационного капитала являются инновации, которые представляют собой внедренные в производство или в сферу услуг новшества в форме технологий, интеллектуальных и информационных продуктов, являющихся результатом научных исследований, изобретений и открытий.

В большинстве случаев интеллектуально-информационный капитал, воплощенный в активы, капитализируемый и реализуемый на рынке, становится интеллектуальной собственностью.

Интеллектуальная собственность выражает социально-экономические и правовые отношения по поводу создания, регистрации, оценки и охраны исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности в форме объектов промышленной собственности (патенты, промышленные образцы, полезные модели) и объектов авторского права в виде информационных и интеллектуальных продуктов (произведений науки, искусства, баз данных и др.).

В условиях глобализации становится вполне обоснованным выделение понятия национальный интеллектуально-информационный капитал, поскольку именно этот капитал сегодня превращается в один из важнейших национальных стратегических ресурсов.

Под национальным интеллектуально-информационным капиталом, следует понимать не просто совокупность создаваемых в стране информационных продуктов и технологий, не только материально - вещественную инфраструктуру, обеспечивающую процессы создания и накопления новых знаний и информации, но и накопленный интеллектуальный потенциал общества, включая специалистов – создателей и распространителей интеллектуально-информационных продуктов.

На наш взгляд, в структуре национального интеллектуально-информационного капитала следует также выделять и социальный капитал, рассматриваемый как сложившиеся в обществе нормы общения, сотрудничества и взаимодействия.

Так, по определению Дж. Коулмена «социальный капитал» – это потенциал взаимного доверия и взаимопомощи, целерационально формируемый в межличностных отношениях:

обязательства и ожидания, информационные каналы и социальные нормы [4]. Исходя из данного определения, мы рассматриваем социальный капитал как значимый элемент национального интеллектуально-информационного капитала, отражающий наиболее полно всю сеть социально-экономических отношений, которые на основе определенных правил и норм выстраивают субъекты экономической системы.

Определенный интерес вызывают предложения М.А. Балашовой о выделении в составе национального интеллектуально-информационного капитала таких двух элементов, как национальный научный и национальный духовный (моральный) интеллектуально-информационный капитал [5].

При этом, автор рассматривает первую составляющую как национальное «научное знание», включая совокупность национальных учреждений и материальных средств научного обслуживания, а также – национальные научные кадры, а под духовным (моральным) национальным информационным капиталом понимает совокупностью продуктов, обеспечивающих сохранение и приумножение в данной стране национальной (страновой) идеологии, национального (странового) самосознания, призванных поддерживать, обогащать и совершенствовать духовный и идеологический потенциал нации [5].

Отчасти соглашаясь с подобной формулировкой, следует отметить, что на наш взгляд, структура национального интеллектуально-информационного капитала должна рассматриваться несколько шире, включая следующие элементы:

- интеллектуально-информационные продукты, создаваемые в стране, либо приобретаемые извне. При этом под продуктами можно понимать, как полезные знания и информацию, зафиксированные на материальных носителях, а также технологии обработки, хранения и передачи этих знаний, так и неосязаемые, накопленные обществом знания;
- совокупность субъектов национальной экономики и общества, прямо или косвенно участвующих в создании интеллектуально-информационных продуктов;
- национальную образовательную и научную инфраструктуру, обеспечивающую непрерывность воспроизводственных процессов в интеллектуально-информационной сфере;
- социально-экономические сети, определяющие возможности взаимодействия, как в процессе создания, так и в процессе продвижения и обмена интеллектуально-информационных продуктов;
- формальные и неформальные институты, регулирующие процессы создания и распространения интеллектуально-информационных продуктов;
- интеллектуальный и социальный потенциал общества, рассматриваемый как сформировавшаяся в стране совокупность интеллектуально-информационных ресурсов, обеспечивающих постоянное приращение национального интеллектуально-информационного капитала.

Следуя логике М.А. Балашовой, выделяющей в своих исследованиях вещную, институциональную и инкорпорированную формы реализации информационного капитала [5], необходимо отметить, что вне зависимости от того на каком уровне осуществляется анализ – будь то микроуровень индивидуального и корпоративного, или макроуровень национального интеллектуально-информационного капитала, последний всегда будет одновременно выступать в трех указанных выше формах.

При этом под «вещной», а точнее функциональной формой на индивидуальном уровне анализа будут пониматься накопленные индивидом знания, опыт и способности, а также созданные им в процессе интеллектуальной деятельности знания и информация, которые, обладая определенной полезностью, могут быть использованы в практической деятельности, и приносить доход в форме интеллектуально-информационной ренты.

Институциональная форма индивидуального ИИК предполагает закрепление получаемых результатов как объектов интеллектуальной собственности, а также их защиту от недобросовестного использования. Взаимосвязи, возникающие между субъектами экономической деятельности в процессе формирования и использования индивидуального интеллектуально-информационного капитала, представляют собой его инкорпорированную форму.

Корпоративный интеллектуально-информационный капитал свою функциональную форму представляет в процессе приобретения и создания нематериальных активов, их последующего «включения» в структуру производительного капитала, и соответствующего использования в хозяйственной деятельности.

Институциональная форма выражается в патентах и ноу-хау, закрепленными правами владения на информационные и коммуникационные технологии, организационном и клиентском капитале компании.

В инкорпорированном варианте корпоративный интеллектуально-информационный капитал представляет знания и информацию, позволяющие совершать эффективное взаимодействие, как внутри корпорации, так и с внешним окружением.

Функциональная форма национального интеллектуально-информационного капитала, пожалуй, наиболее емкое понятие, включающее в себя как совокупность индивидуальных и корпоративных капиталов, так и собственные интеллектуально-информационные ресурсы, принадлежащие государству, имеющие как материальное, так и нематериальное воплощение, обеспечивающие стране не только стабильность экономического развития, но и ее конкурентоспособность на мировой арене. Столь же емкой можно считать и институциональную форму, поскольку это не только интеллектуально-информационный потенциал страны, но и существование институтов и условий, обеспечивающих преемственность прошлого, настоящего и будущего, создающих рамочные условия для постоянного приращения национального интеллектуально-информационного капитала.

Инкорпорированная форма национального интеллектуально-информационного капитала предполагает все уровни взаимодействий, направленных на эффективное формирование и воспроизводство интеллектуально-информационного капитала, с целью максимизации полезного эффекта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Davis, S. Blur: The Speed of Change in the Connected Economy [Text] / S. Davis, C. Meyer. – Oxford: Capstone, 1998.
2. Иванюк, И.А. Воспроизводство интеллектуального капитала в современных маркетинг-системах [Электронный ресурс] / И.А. Иванюк. – Режим доступа: <http://publish.cis2000.ru>
3. Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации. Источник: Официальный сайт Государственного комитета статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
4. Coleman, J.S. Social capital in the creation of human capital [Text] / J.S. Coleman // American Journal of Sociology. – 1988. – n. 94.
5. Балашова, М.А. Национальный информационный капитал в условиях глобализации [Текст] / М.А. Балашова, Г.Н. Макарова. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2006. – 232 с.

Баученков Вячеслав Анатольевич

ФГБОУ ВПО «Госунiversитет-УНПК»

Соискатель кафедры экономической теории и управления персоналом

302020, г. Орел, Наугорское шоссе, 40

Тел.: 8 (4862) 41-95-04

E-mail: econte@ostu.ru

V.A. BARCHENKOV

PECULIARITIES OF FORMATION OF INTELLECTUAL AND INFORMATIONAL CAPITAL AT THE MACRO AND MICRO LEVEL

In modern conditions is quite substantiated the concept of intellectual and information capital (IIC), because this capital today becomes one of the most important resources of post-industrial economy. In this paper theoretical analysis of the processes of formation of the intellectual and information capital at the micro and macro level. It is shown that individual intellectual and information capital is formed abilities, level of training and intellectual activity of the individual, corporate IIC accumulated in the framework of individual business units. The conclusion is that the intellectual and information resources is a significant element in the structure of national wealth, providing its competitiveness on world markets.

Keywords: *intellectual and information capital, the structure of intellectual and information capital, the development of the information society.*

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Davis, S. Blur: The Speed of Change in the Connected Economy [Text] / S. Davis, S. Meyer. – Oxford: Capstone, 1998.
2. Ivanjuk, I.A. Vosproizvodstvo intellektual'nogo kapitala v sovremennyh marketing-sistemah [Jelektronnyj resurs] / I.A. Ivanjuk. – Rezhim dostupa: <http://publish.cis2000.ru>
3. Monitoring razvitija informacionnogo obshhestva v Rossijskoj Federacii. Istochnik: Oficial'nyj sajt Gosudarstvennogo komiteta statistiki [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.gks.ru>
4. Coleman, J.S. Social capital in the creation of human capital [Text] / J.S. Coleman // American Journal of Sociology. – 1988. – n. 94.
5. Balashova, M.A. Nacional'nyj informacionnyj kapital v uslovijah globalizacii [Tekst] / M.A. Balashova, G.N. Makarova. – Irkutsk: Izd-vo BGUJeP, 2006. – 232 s.

Barchenkov Vyacheslav Anatolievich

State University-ESPC

The applicant of the department of economic theory and personnel management

302020, Orel, Naugorskoe sh., 40

Ph.: 8 (4862) 41-95-04

E-mail: econte@ostu.ru

УДК 316.7

С.А. ТИХОМИРОВ

ЗНАК-ЖЕСТ, ГИПЕРБОЛА И СИМВОЛИЧЕСКИЙ ОБМЕН: ПРАКТИКА И КОММУНИКАЦИЯ

В статье описаны некоторые аспекты функционирования знака-жеста, который включает в себя элементы символического обмена; отмечено, что жест ещё не является единицей коммуникации, он становится таковой только будучи наделён «общим» для сторон коммуникации значением. В статье описаны некоторые трудности «локализации» знаково-жестовых систем; их зависимость от территориальных, социальных, этнических и культурных, личностно-психологических особенностей. Типичные эмоции, выражаемые знаком-жестом – оскорбление, враждебность, дружелюбие, одобрение. Важнейшая проблема - проблема смысла жестового поведения; решить её только посредством этнологии жестовости, описательным анализом специализированных жестов, характерных для тех или иных социальных групп, исследованиями, связанными с кинесикой (или попыткой «примирить» лингвистику и кинесику) не представляется возможным; необходимо распределить знаки жестовой речи категориально, а жестовое поведение рассматривать не только как коммуникацию, но и как особую внелингвистическую практику.

Ключевые слова: жест, знак, символ, обмен, практика, понятие, противопоставление, коммуникация, эмоция, территория, язык, единица, кинесика, сознание, гипербола, феномен, язык.

Правдивость патетического жеста в величественные моменты жизни.

Бодлер

Наряду с культурой слов ведь есть и культура жестов. В мире существуют и другие языки, помимо нашего западного языка, который предпочитает обнажать и иссушать идеи, и тогда идеи предстают перед нами в своей инертности, не способные попутно привести в движение всю систему естественных аналогий, как это бывает в восточных языках.

Арто. Письма о языке

Понятие знака-жеста (от лат. *gestus* – движение тела) включает в себя многие элементы символического обмена: это действие или движение человеческого тела или его части, имеющее определённое значение или смысл, то есть являющееся знаком или символом, имеющие план содержания и план выражения. Сам по себе жест ещё не является единицей коммуникации, он становится таковой только будучи наделён «общим» для сторон коммуникации значением, т.е. понятным для дешифрующих такой знак планом выражения и планом содержания. И здесь мы сталкиваемся с трудностью «локализации» знаково-жестовых систем. С их зависимостью от территориальных, социальных, этнических и культурных, личностно-психологических особенностей.

Единица языка жестов – это знак-жест, как правило, служащий для обозначения разнообразных эмоций и передачи небольших объемов информации. Типичные эмоции, выражаемые знаком-жестом – оскорбление, враждебность, дружелюбие, одобрение. Знак-жест, являясь принадлежностью так называемого «языка тела», как правило, функционирует как дополнение к естественному языку, будучи невербальным средством коммуникации и соседствуя с так называемыми экстралингвистическими средствами коммуникации (интонация, ритмика, мелодика, темп речи) позволяет сделать общение максимально полным и «объемным». В данном случае мы сталкиваемся с проблемой «недостаточности / неполнозначности / дефицита языка» («мысль изреченная есть ложь»). Зачастую знаки-жесты используются сторонами коммуникации подсознательно, рационально-

неконтролируемо. Статистически, некоторые социальные и этнические группы используют знаки-жесты чаще, некоторые – реже, и культурно приемлемый «ресурс» жестикюляции отличается в зависимости от социальных, территориальных, этнических факторов общения. Кинетическая динамика и энергетическое «наполнение» такого невербального средства коммуникации как знаки-жесты может быть различной: знак-жест в Германии, Бельгии и скандинавских странах может быть выражен еле заметным движением головы или руки, в то время, как в Греции, Италии или Испании тот же самый знак-жест может быть выражен сильным, резким, размашистым движением всей головы или руки. При этом, иногда в «языке жестов», означающих сильные страсти, не важно подлинна эта страсть или нет, в этом смысле по выражению Р. Барта «публика требует образа страстей, а не самих страстей как таковых. Проблема правды <...> не более важна, чем для театра. <...> Все внутреннее удаляется ради внешней знаковости, содержание всецело исчерпывается формой – торжествует принцип классического искусства. <...> жест <...>, чтобы быть правдивым, не нуждается ни в каком сюжете, ни в какой декорации, одним словом, ни в каком психическом переносе» [4]. Мы имеем в этом смысле знак-жест как «безупречное действие нравственной механики <...>, величественное зрелище Боли, Поражения и Справедливости <...> как на средневековых «пиетта» <...> лицо, искаженное невыносимым горем» [4].

Знак-жест, таким образом, сопряжен в основном с искренней эмоциональностью, иногда – импульсивностью и его антиподом с психической точки зрения будет являться застенчивость, робость, закрытость. Жесту поведенчески присуща раскованность, открытость. Жест имеет древнюю природу, ср.: *«Если ты недоступен для нашего языка и не внемлешь нашим доводам, тогда говори нам своими варварскими жестами, без голоса (Эсхил. Агамемнон).*

Ф. Ницше в «Дионисийской концепции мира (Лето 1870 г.) отмечает: *«Используя жест, он остается в границах вида, а значит, мира феноменов, но посредством звука он разлагает мир феноменов в его первичной целостности... обычно всякому жесту соответствует некий параллельный звук; язык образуется посредством теснейшего и обыкновеннейшего единения особого рода символической мимики и звука».*

Вместе с тем, единица жестового представления и единица языкового смысла, вербального значения хоть и тесно связаны, но (до известной степени) взаимно непроницаемы. Это принципиально неоднородные и разнородные единицы коммуникации, они не могут проникать, переходить друг в друга по причине того, что природа их слишком различна. В этом смысле знак-жест имеет ценность «первобытности», интимной до-социальности, коммуникативной непосредственности, в отличие от знака-вербума, социализировавшего коммуникацию, вещи и людей, сделав их «товаром», введя их в сложный общественно-экономический оборот и приобщив к сложной системе идеологических и мифологических отношений.

При всей двойственности своей означающее-означаемой конституции (это сближающее их свойство), эти знаки «неподвижны» относительно друг друга, хотя можно говорить о некоей системе эквивалентностей между ними, как между единицами различной природы.

Отметим, что мы не рассматриваем так называемый жестовый язык, как самостоятельный, естественно возникший или искусственно созданный язык, состоящий из комбинации жестов, каждый из которых производится руками в сочетании с мимикой, формой или движением рта и губ, а также в сочетании с положением корпуса тела, который используется в культуре глухих с целью коммуникации.

Мы рассматриваем «язык жестов» с точки зрения анализа его единицы знака-жеста, который является вторичным средством общения по отношению к естественному языку –

жест задействуется людьми без нарушения слуха, как правило, вспомогательно, дополнительно к вербальному сообщению, и люди без нарушения слуха задействуют в первую очередь «звуковые», а не жестовые языки для коммуницирования.

Такие специальные жестовые языки независимы от вербализованных (звуковых и письменных) языков и развиваются по собственным принципам, законам и закономерностям. К примеру, на территории где функционируют несколько вербальных языков, может быть единственный общий жестовый язык, и наоборот.

Вместе с тем, использование знаков-жестов, взамен вербализованного общения, может быть востребовано во многих критических обстоятельствах или в ситуациях, когда передавать вербальную информацию невозможно или трудно (при невозможности использования вербализованного языка человек иногда инстинктивно может задействовать жесты, например Baby Sign и Home Sign являются доказательством этого). Однако, описанные нами выше системы знаков-жестов не образуют самостоятельного жестового языка, они достаточно примитивны в сравнении с языками как таковыми. Назначение знака-жеста – как правило, в его зрелищности, экспрессивности, «объемности». Главное свойство всякого зрелища – «его способность отменить понятия мотивов и последствий», мгновенность картин «в которых запечатлевались бы те или иные страсти» [4]. Сумма знаков-жестов может быть суммой отдельных зрелищ, «ни одно из которых не является функцией чего-то иного; в каждом своем моменте <...> целостное знание той или иной страсти, которая вздымается прямо и одиноко, никогда не простираясь вдаль, к венчающему её исходу» [4].

Первые научные (в современном понимании научности) исследования «языка жестов» начались с работы Ч. Дарвина «Выражение эмоций у людей и животных». Можно сказать, что на этом этапе исследования главенствовала идея, что слова транслируют информацию, а жесты устанавливают те или иные межличностные отношения. Ч. Дарвин проявлял интерес к указанной проблеме в виде вопросов типа: «Какими вообще бывают мимические выражения?», «Являются ли выражения лица, которые возникают у людей во время самых примитивных физиологических или функциональных актов, одинаковыми для всех народов и культур?» и «Свойственны ли мимические выражения эмоций, которые можно встретить у людей, также животным?» [1].

Можно с достаточной долей условности говорить о том, что Ч. Дарвин придерживался взглядов на универсальный характер знаков-жестов и универсальности лицевого выражения эмоций. Вместе с тем, проблема соотношения языкового/речевого кодов не решена до сих пор. Жестовая коммуникация унаследована современными людьми из своей «природной истории», как правило, люди владеют «языком жестов» как некой данностью. В связи с экспрессивным характером многих жестов, в том случае, когда они делаются произвольно-автоматически, солгать на «языке жестов» очень трудно; эта особенность используется в бизнесе (продажи, маркетинг и др.), при обучении управленцев. При этом считается, что женщина-управленец лучше понимают «язык жестов», чем мужчина-менеджер (здесь мы, видимо, имеем дело с некоторым «гендерным стереотипом»). С точки зрения бизнес-коммуникации [9] выделяются три основных вида знаков-жестов: жесты симпатии и положительной оценки, жесты неискренности и недоверия, жесты негативной оценки и агрессии.

Существует также такой тип знаков-жестов как «зеркальные» жесты: «отзеркаливание» или повторение жестов собеседника нацелено на установление так называемого «психологического контакта» и понимания, оно выражает согласие с мнением собеседника, сюда, естественно, не включаются ситуации юмористическо-игрового характера, в которых «зеркальные» знаки-жесты реализуют совершенно другие функции.

Можно ли сказать, что знак-жест способен гиперболизировать сообщаемую информацию и способен ли жест-знак быть средством гиперболизации? Думается, на этот вопрос можно ответить положительно. «Язык жестов» тяготеет к преувеличению не только в силу экспрессивности многих жестов-знаков, но и в силу человеческой потребности к актам гиперболизации в процессе коммуникативного взаимодействия. «Разно-значность» знаково-жестовых систем не является препятствием для гиперболизации. С помощью стереотипных жестовых моделей поведения в коммуникативном акте передается огромное количество сообщений, воспринимаемых визуально. Визуальный модус восприятия является здесь ведущим (ср. *Идешь, на меня похожий, / Глаза устремляя вниз. / Я пропускала тоже, / Прохожий, остановись* (М. Цветаева); *Вытянувшийся в струнку городской на мгновение впился в кондуктора грозным взглядом, затем тотчас уставился на замедлившую ход легкую коляску, запряженную парой прекрасных рыжих лошадей* (М. Алданов); *Елена Павловна смерила меня быстрым и пристальным взглядом* (А. Апухтин).

Одна из самых интересных закономерностей визуального восприятия жестов применительно к их речевому сопровождению, свойственная, например, русской культуре, заключается в том, что когда человек жестикулирует и говорит одновременно, то он очень редко смотрит непосредственно в глаза собеседника, кроме определенных семиотических актов. Это может быть связано с трудностью одновременно говорить, жестикулировать и «считывать», т.е. передавать-получать информацию из глаз собеседника. Замечено, однако, что говорящий смотрит на слушающего, когда делает экспрессивный (в том числе «преувеличенный») жест и / или заканчивает фразу (когда происходит синтаксический «стопор»). Цель, видимо, в том, чтобы понять: установлена ли связь, донесена ли информация, какова реакция на речевой (языковой) и жестовый текст. Напротив, слушая и наблюдая за жестами, в русской культуре общения принято смотреть собеседнику прямо в глаза.

Для реализации гиперболы в процессе такого рода коммуникации характерен и прямой взгляд, который всегда фиксируется адресатом, он имеет важные социальные и коммуникативные функции. Адресат всегда обращает внимание на прямой взгляд в глаза, обычно трактуя его как взгляд особо важного сообщения, вызова, гипнотический или агрессивный. Напротив, отвод глаз в сторону и опускание глаз – это миролюбивый, успокоительный коммуникативный сигнал.

Однако, прямой взгляд еще не свидетельствует о том, что установлен визуальный контакт. Нередко таким мимическим знаком-жестом пользуются для того, чтобы акцентировать внимание в ситуациях, когда речевой сигнал «не проходит». Ср.: *Доченька, – мягко заметила Тата, – когда разговариваешь с мужчиной, не надо полыхать ему в глаза. – Куда же мне смотреть, мама? – полыхнула на нее невестка. – Бери немножко левее, – сказала Тата и добавила, показывая, что деликатность в своем роде тоже неотъемлемая: – Можно и правее взять. А в глаза мужчине полыхать некрасиво* (Ф. Искандер. Табу). Визуально-жестовый контакт может быть непосредственно связан с девиациями в поведении и психическим нездоровьем, однако, такие случаи мы здесь не рассматриваем. Тело человека, таким образом, – это богатейшее поле и средство экспрессии, где наивная выразительность гиперболы может быть передана наиболее простым и быстрым способом – знаком-жестом.

Многие формально сходные знаки-жесты имеют разные значения и смыслы в разных странах, социальных и этнических группах, несмотря на то, что план выражения – один и тот же. Знак-жест может быть вполне нейтральным на одной территории и негативно/позитивно-оценочным на другой территории. Кроме того, однотипные или идентичные знаки-жесты могут иметь некоторые отличия в планах содержания в разных странах. Например, русский

при счете на пальцах, как правило, загибает пальцы внутрь ладони, в то время как американец, напротив, - разгибает пальцы.

В «западной» культуре пальцы, расположенные в виде латинской буквы «V» имеют единое значение – «победа», «достижение цели», «благополучный исход» (victory), однако ещё 60 лет назад этот же знак-жест пальцами, поднятыми над собеседником в процессе разговора, означал призыв замолчать. В Италии этот знак-жест имеет значение супружеской измены, неверности. В России знак-жест «коза» выражает угрозу в криминальной и некоторых других субкультурах.

Вообще, в криминальной и криминализованной среде принято очень осторожное обращение со знаком-жестом (впрочем, как и со словом). Это связано с особой системой ценностей, существующей в данной субкультуре. До известной степени эта точность и аккуратность сближает жесты данной среды с жестами борца, для которого задача не в том, чтобы «победить», а в том, чтобы аккуратно исполнить ожидаемые от него жесты. Говорят, что в дзюдо есть своя тайная символика: при всей своей действенности, движения там короткие, сдержанно-точные, прорисованные четкой тонкой линией. Напротив, в кетче нам предлагаются жесты чрезмерные, их значение эксплуатируется до пароксизма. В дзюдо поверженный борец едва касается земли, он катается по ней, увертывается, пытается избежать поражения, а если уж оно очевидно, то немедленно выходит из игры. В кетче поверженный борец подчеркнуто повержен, до предела насыщая взор зрителей нестерпимым зрелищем своего бессилия». Точно так же эмфаза свойственна и античному театру, где «сюжет, язык и аксессуары (маски, котурны) все вместе способствуют сверхнаглядному выражению Неизбежности» [4].

Любопытно в этом смысле не столько функционирование знака-жеста в криминальной и криминализованной среде, сколько отражение такого функционирования, к примеру, в кино. Р. Барт отмечает, что «в фильмах «черной серии» уже сложился целый каталог жестов <...> Мир гангстеров – это прежде всего мир хладнокровия. <...> Происшествия, <...> например, смерть человека, – сводится здесь к голой схеме, сокращаются до крохотного атомарного жеста; на схеме чуть сместились линии, два пальца чуть щелкнули друг о друга, и на другом краю поля нашего восприятия со столь же условным жестом падает человек. Подобный мир литот <...> еще и мир феерии» [4]. Литота здесь (в нашем понимании) – это разновидность гиперболы. План содержания знака-жеста преувеличивает смысл происходящего (преувеличение до преуменьшения также является здесь типом преувеличения) [8].

Знак-жест функционирует, таким образом, как гипербола – прием качественно-количественного преувеличения, но гипербола не языковая (речевая), а визуально воспринимаемая (задействуется только визуальный модус восприятия, это основной «фильтр» для декодирования знака-жеста). Вместе с тем кино-театральный мир гангстеров – это отражение классической античной трагедии, где знак-жест равен знаку-поступку, сведенному к минимальному объему движений. Р. Барт подчеркивает «семантическую разработанность этого мира, интеллектуальную (а не только эмоциональную) структурированность зрелища» [4].

Знак-жест выхватывания пистолета из-под пиджака, с описанием рукой «безупречной параболы» – еще не означает «смерть», но означает «опасность смерти». «Старина Кольт» – это особый язык, «его функция поддерживать жизненное давление, не давать времени завершиться; это логос, а не праксис» [4].

Такой знак-жест реализуется в «пустоте языка», естественный язык нем, он молчит и в этом смысле «непринужденность всегда означает, что действительно одно лишь молчание; в таких жестах, как вязание, курение, поднятый палец <...> мысль о том, что настоящая жизнь

осуществляется в безмолвии и человеческий поступок всецело властен над временем <...> иллюзия надежного мира, способного меняться лишь под давлением поступков, но не слов; гангстер изъясняется только жестами, слово для него – нечто вроде поэзии, оно не обладает никакой демиургической функцией; для гангстера разговаривать – значит демонстративно бездельничать. В основе здесь мир мягких, точно рассчитанных жестов, воплощающих в себе чистую действенность; а уже поверх этой основы – завитушки арготической речи, служащие ненужной (то есть аристократической) роскошью в этой своеобразной экономике, где меновую стоимость имеет только жест» [4].

«Язык слов», таким образом, пуст и не соприкасаем с реальностью и, а *contrario*, «язык жестов» – наделен способностью полноты и воздействия на реальность. Мы имеем своеобразную «мечту чистого социализма» – мир идеального учёта и контроля, «идеально покорный мир, управляемый одним лишь набором жестов, без всякого тормозящего действия языка. Гангстеры и боги не разговаривают – они помахивают головой, и все свершается» [4].

К примеру, знак-жест «прощание» имеет несколько разный план выражения в зависимости от этнических и территориальных факторов: русские, поднимая ладонь и слегка сгибая её, качают ею вперёд-назад. В Италии жест видоизменен – ладонь при этом обращена к себе. Англичане очень медленно передвигают ладонью в пространстве из стороны в сторону, а латиноамериканцы, прощаясь и приветствуя друг друга, обнимаются и хлопают друг друга по спине (ср.: с аналогичным знаком-жестом в России).

Вместе с тем, широко используемые жесты могут включать в себя действие-указание на какой-либо объект; знаки-жесты указания, как правило, имеют одинаковый смысл в разных социальных и этнических группах, на разных территориях. Нередко знак-жест из невербального средства общения становится экстралингвистическим средством: жесты тела в этом случае используются синхронно, дополнительно, сопроводительно ритмике речи, чтобы подчеркивать отдельные слова или словосочетания, выделить важную мысль.

Знак-жест является важнейшей коммуникативной единицей в целом ряде зрелищных представлений, к примеру, – в кетче. Как указывает Р. Барт: «особенность кетча – в том, что это зрелище чрезмерности. В нем мы, очевидно, находим ту эмфазу, которой отличается античный театр». Зрителям предлагается «лицезреть представляемую в нем Боль» [4].

«Язык жестов» активно функционирует не только в криминальной и криминализованной среде. «Языком жестов», например, разговаривают с Е.Г. Боннер и А.Д. Сахаровым спецслужбы СССР, что описано в [7].

Интересны знаки-жесты «не проявления» «человеческого лица» (в то время, как «природный» знак-жест есть как раз такое «проявление»); о чем-то подобном говорит А.Д. Сахаров, вспоминая о разговоре двух сотрудников ЦК КПСС: «Речь шла о только что выпущенном на экран советском фильме «Шестое июля (о восстании левых эсеров в 1918 году): – Такой фильм нельзя выпускать на экраны. Ленин в нем показан в минуту сомнений, почти слабости. Это недопустимо. В разговоре, по-моему, интересна чувствительность работников идеологического аппарата КПСС к малейшим проявлениям «человеческого лица» (исторически истинным или придуманным – это все равно) в канонизированном образе «создателя советского государства». Не случайно в этот же год по «человеческому лицу» в Чехословакии прошлись гусеницами танки» [7].

Если рассматривать знак-жест в широком смысле как жест-поступок, можно отметить «переход Рубикона» А.Д. Сахаровым в 1968 г., разделивший его жизнь на два больших периода: до и после этого жеста поступка, ср.: «В 1968 году я сделал свой решающий шаг, выступив со статьей «Размышления о прогрессе, мирном сосуществовании и интеллектуальной свободе». Случилось так, что это был год Пражской весны» [7].

Важно отметить целый ряд разноаспектных жестов-предупреждений, последовавший после этого в адрес академика А.Д. Сахарова; к примеру, речь Шолохова на съезде писателей, где он сказал, что «в наше время» таких «как Сахаров» – расстреливали, или речь Славского на партконференции, где он сказал: «Сахаров хороший ученый, он много сделал, и мы его хорошо наградили. Но он шалавый (*т. е. неразумный, без царя в голове – А.С.*) политик, и мы примем меры» и подобные «сигнальные» знаки-жесты 276 (ср. с «сигналами» «доктора» Обухова, гл. врача: «Смотрите, Андрей Дмитриевич, опять женскую бригаду пришлю» или «Умереть мы вам не дадим, а инвалидом сделаем. Вы будете в таком состоянии, что сами штанов расстегнуть не сможете» [7]).

«Меры», как известно, не заставили себя ждать и в период горьковской изоляции спецслужбы (в первую очередь – КГБ СССР) пытались выработать особый язык жестов, для коммуникации с А.Д. Сахаровым и его женой: угон автомобиля, проколы колёс, разбитые автомобильные стекла, оставление надписей на автомобиле, подмена содержания писем и посылок со специфическим «новым» содержимым (изображения динозавров, жертв катастроф и проч.), пропажи личных вещей и подмены их новыми вещами, дезинформационная «игра» на уровне фильмов, снятых скрытой камерой и фотографий, сделанных тайно и др.

Вот на что указывает по этому поводу Е.Г. Боннер: «Я говорю, что языком поломки или угона машины наши стражи разговаривают с нами. Разговаривают они еще и по-другому – языком пропаж и последующих подкидываний различных вещей. Очки пропадают неизменно и потом находятся именно там, где мы их оба искали. <...> Я стала записывать. Вот такая глупость: «Пропала зубная щетка, и я, и Андрей оба смотрели в ванной в стаканчике» и дата; спустя неделю и больше: «Ура, щетка в стаканчике» и дата. <...> так пропадали книги, <...> зубной протез. Я не буду перечислять все малые и большие пропажи и возвраты. <...> Пропал приговор суда по моему делу, пропадали и без Андрея разные бумаги. Этот круговорот вещей создает ощущение, с одной стороны, какого-то кафкианского кошмара, и с другой – что ты на предметном стекле какого-то микроскопа, над тобой проводят опыты» [7].

Важно отметить такой знак-жест как посылка с крупными тараканами: «он распаковал пакеты с препринтами, и вдруг из одного пакета к нему на стол выбежало полтора десятка больших тараканов. <...> это демонстрация презрения со стороны ГБ. Дескать, вы – голодающие тараканы. Конечно, эта интерпретация – быть может, плод моего воображения. Эллинам тоже не легко было догадаться, что означает посылка от скифов (стрела, лягушка, еще что-то <...>). Такой же (но не столь отвратительный) язык жестов – пустые заклеенные конверты вместо писем от друзей» [7].

Рассмотрим здесь же жест-«поздравление»: «на ветровом стекле крупно по снегу было написано: «БИС! Поздравляем!». «БИС» может являться аббревиатурой, и, в этом случае, означать: «Боннэр и Сахаров» [7] (ср. с «оперативными псевдонимами» в документах ниже).

Выдача Е.Г. Боннер приведенных ниже документов также является знаком-жестом. Это – знак-жест благорасположения, «открытости», примирения.

Справка

Дело оперативной проверки № 4490 на Боннэр Елену Георгиевну было получено 1 отделом 5 Управления КГБ СССР из УКГБ по г. Москве и Московской области 16 декабря 1971 года и перерегистрировано как ДОП № 3223.

29 декабря 1972 года ДОП № 3223 переведен в дело оперативной разработки № 10740, 4 июля 1988 года к этому делу приобщено ДОР № 1532 в 200 т. на Сахарова А.Д. («Аскольда»), полученное из УКГБ по Горьковской области (наш рег. № 14616).

Секретно
Утверждаю
Начальник 5 Управления КГБ СССР
генерал-майор Иванов Е.Ф.
6 сентября 1989 г.

Постановление
о прекращении производством дела
оперативной разработки № 10740.

9 августа 1989 г., я, начальник 1 отделения 9 отдела 5 Управления КГБ СССР полковник Шевчук А.К., рассмотрев материалы дела № 10740 на «Лису» с окраской «антисоветская агитация и пропаганда», нашел: материалы дела утратили свою актуальность, в связи с чем
в ОСК: Боннэр Елена Георгиевна по ДОР № 10740

постановил: дело прекратить со снятием объекта дела «Лису» со всех видов оперативного учета, материалы уничтожить «...» <>

Согласен
Начальник 9 отдела 5 Управления КГБ СССР
полковник Баранов А. В.

На обратной стороне:

Акт об уничтожении дела № 10740

<...> «...» 6.09.1989 г. путем сожжения уничтожены тома (перечислено 7 номеров – Е. Б.) дела № 10740.

Четыре документа из дела изъяты «...», а именно

1. Заключение об осведомленности «Аскета» (еще одно их кодовое имя Сахарова – Е.Б.) в государственных секретах особой важности «...»

2. «...» и одна кассета с магнитной пленкой «...»

Ранее были уничтожены следующие тома дела (перечислено еще 576 номеров – Е.Б.)

Кодирование имён Е.Г. Боннер и А.Д. Сахаровым оперативными псевдонимами «Аскольд», «Аскет» и «Лиса» и т.п. – это также жестовые явления. Жест здесь подчеркивает то, что «кодовые псевдонимы» отражают какую-либо особенно важную, характерную сторону личности «разрабатываемых».

В определённой среде существует поговорка: «Лучший агент – это бывший уголовник». Активизация жестового коммуницирования в описанных случаях связана с целым рядом сложных причин и неоднозначных обстоятельств. Дело в том, что знак-жест может не только транслировать информацию, но и «прятать», «трансформировать», «раздваивать» её [10]).

Существуют жесты-мелодии, жесты-песенки, ср.: Wir – alten Affen / Sind neue Waffen (из песенки стариков фольксштурмеров в нацистской Германии).

Указывая на секретность информации, русские и немцы прикладывают палец к губам, в то время как англичане – к носу. К примеру, в Италии этот знак-жест является предупреждением об опасности.

В англоязычных странах «круг» из большого и указательного пальцев правой или левой руки означает «всё идет по плану», «всё хорошо». Однако в Японии этот знак-жест означает просьбу о займе, в Бразилии – сексуальное желание, во Франции – сомнение, недоверие, маркер лживости собеседника. В Турции и Греции этот знак-жест маркер гомосексуальности.

В отличие от русских, украинцев и латиноамериканцев, а также некоторых других народов японцы не применяют рукопожатий, объятий, похлопывания по спине, плечам, корпусу, прикосновение к собеседнику – это проявление крайнего неуважения, большое оскорбление, крайняя вульгарность.

В Португалии знак-жест приставления ко лбу двух указательных пальцев рук означает информирование адресата о том, что ему изменяют. Это знак-жест оскорбления, в частности такой знак явился причиной отставки в июле 2009 года министра экономики Португалии Мануэля Пинью. В ходе дебатов в парламенте Португалии министр показал знак-жест приставления ко лбу двух указательных пальцев рук своему оппоненту от Коммунистической партии. Оскорбительный жест вызвал негативную реакцию общественности и парламентариев, в итоге министр подал в отставку (ср. с жестами главного тренера сборной России Олега Знarka в мае 2014 года, которые стоили ему дисквалификации на финальном матче чемпионата мира против сборной Финляндии).

Бытует мнение, что жестовость – есть нечто механическое, дополнительное к языку/речи, их «иллюстрация-удвоение», а также некая визуализация и «побочная репрезентация» (Ф. Ницше), а не относительно самостоятельный процесс. Жестовость не сводится к такого рода репрезентации. Это процесс, представленный в виде коммуникации (уже – системы символического обмена), это иной, по сравнению со словесными языками, тип семиотической практики.

Как отмечает Ю. Кристева, «при анализе жестовости как практики проблема значения отступает на второй план. Поэтому наука о жесте, если она стремится внести свой вклад в общую семиотику, не должна обязательно придерживаться моделей, разработанных в лингвистике; она обязана выйти за ее пределы, расширить их, а для этого, прежде всего, необходимо взглянуть на «смысл» как на указание, а на «знак» – как на «анафору». Все эти соображения по поводу особенностей жестовой функции преследуют одну цель – наметить возможный подход к жестовости как к деятельности, не сводимой к знаковой коммуникации. Совершенно очевидно, что при этом подвергаются сомнению философские основы современного языкознания, и возникающие проблемы могут быть разрешены лишь путем создания некоей аксиоматизированной методологии. Мы постарались лишь показать, что если лингвистика, по словам Jakobsona, долго боролась за «аннексию звуков речи... и инкорпорирование языковых значений» (курсив наш. - Ю.К.), то теперь, видимо, пришла пора аннексировать жесты и инкорпорировать процесс производства в семиотическую науку» [6].

Попытка семиологического разбора совокупностей знаков-жестов приводит нас к тому, что всякая система знаков-жестов – это «коллективные представления» как знаковая система.

Таким образом, важнейшей проблемой, которая не решена до сих пор, является проблема смысла жестового поведения и решить её только посредством этнологии жестовости [2], описательным анализом специализированных жестов, характерных для тех или иных социальных групп [3], исследованиями, связанными с кинесикой (или попыткой «примирить» лингвистику и кинесику), не представляется возможным.

В настоящий момент необходима более-менее «универсальная» типология знаков-жестов, важно распределить знаки жестовой речи категориально, а жестовое поведение рассматривать не только как коммуникацию, но и как особую внелингвистическую практику.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Darwin, Ch. The Expression of the Emotions in Man and Animals [Text] / Ch. Darwin. – New York: Philosophical Library, 1872 [3rd ed. - 1965].
2. Hewes, G. Word Distribution of Certain Postural Habits [Text] / G. Hewes // American Anthropologist. Vol. 57, 2, 1955.
3. Saitz, R.L. Colombian and North American Gestures, a contrastive Inventory [Text] / R.L. Saitz, E.J. Cervenka. – Bogota: Centre Colombo Americane, Correro 7, 1962. – P. 23-49.
4. Барт, Р. Мифологии [Текст] / пер. с фр., вступ. ст. и коммент. С. Зенкина. – М.: Академический Проект, 2010. – 351 с.
5. Колесникова, С.М. Функционально-семантическая категория градуальности в современном русском языке [Текст] / С.М. Колесникова. – М.: Издательство «Высшая школа», 2010. – 280 с.
6. Кристева, Ю. Жест: практика или коммуникация? [Текст] / Ю. Кристева // Избранные труды: Разрушение поэтики. – М., 2004. – С. 114-135.
7. Сахаров, А.Д. Воспоминания. Полное издание в одном томе [Текст] / А.Д. Сахаров. – М.: «Издательство АЛЬФА-КНИГА», 2011. – 1277 с.
8. Тихомиров, С.А. Гипербола и феномен преувеличения в политической коммуникации: нарративная парадигма [Текст] / С.А. Тихомиров // Аспирантский вестник Поволжья. – 2012. – № 3-4. – С. 173-177.
9. Тихомиров, С.А. Теория игр: управление и управленческие коммуникации [Текст] / С.А. Тихомиров // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2013. – № 4. – С. 27-33.
10. Тихомиров, С.А. К вопросу о «двойном послании» (double bind) в корпоративных коммуникациях и управлении [Текст] / С.А. Тихомиров // Управленческий учет. – 2013. – № 6. – С. 39-47.

Тихомиров Сергей Александрович

Московский педагогический государственный университет

Кандидат филологических наук

119991, Москва, ул. Малая Пироговская, д.1, стр. 1

Тел. / факс: (499) 245-03-10; (964) 850-00-00

E-mail: quantor@inbox.ru

S.A. TIKHOMIROV

THE TOKEN GESTURE, HYPERBOLE, AND SYMBOLIC EXCHANGE: PRACTICE AND COMMUNICATION

The article describes some aspects of the functioning of the sign-gesture, which includes elements of symbolic exchange; noted that the gesture is not yet a unit of communication, he becomes only being endowed General to the parties to the communication value. The article describes some of the challenges of "localization" sign-in sign systems; their dependence on territorial, social, ethnic and cultural, personal psychological characteristics. Typical emotions expressed in a familiar gesture is an insult, hostility, friendliness, approval. The most important problem - the problem of the meaning of the sign of conduct; to solve it only by means of Ethnology of arestovali, descriptive analysis of specialized gestures characteristic of certain social groups, research related to kinesics (or attempt to reconcile linguistics and kinetik) is not possible; it is necessary to distribute signs sign language categorical and sign the behavior be considered not only as communication, but also as a special valimuistissa practice.

Keywords: gesture, sign, symbol, currency, practice, concept, opposition, communication, emotion, territory, language, unit, kinetika, consciousness, hyperbole, phenomenon, language.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Darwin, Ch. The Expression of the Emotions in Man and Animals [Text] / Ch. Darwin. – New York: Philosophical Library, 1872 [3rd ed. - 1965].
2. Hewes, G. Word Distribution of Certain Postural Habits [Text] / G. Hewes // American Anthropologist. Vol. 57, 2, 1955.
3. Saitz, R.L. Colombian and North American Gestures, a contrastiveInventory [Text] / R.L. Saitz, E.J. Cervenka. – Bogota: Centre Colombo Americane, Correro 7, 1962. – P. 23-49.
4. Bart, R. Mifologii [Tekst] / per. s fr., vstup. st. i komment. S. Zenkina. – M.: Akademicheskij Proekt, 2010. – 351 s.
5. Kolesnikova, S.M. Funkcional'no-semanticheskaja kategorija gradual'nosti v sovremennom russkom jazyke [Tekst] / S.M. Kolesnikova. – M.: Izdatel'stvo «Vysshaja shkola», 2010. – 280 s.
6. Kristeva, Ju. Zhest: praktika ili kommunikacija? [Tekst] / Ju. Kristeva // Izbrannye trudy: Razrushenie pojetiki. – M., 2004. – S. 114-135.
7. Saharov, A.D. Vospominanija. Polnoe izdanie v odnom tome [Tekst] / A.D. Saharov. – M.: «Izdatel'stvo AL'FA-KNIGA», 2011. – 1277 s.
8. Tihomirov, S.A. Giperbola i fenomen preuvelichenija v politicheskoy kommunikacii: narrativnaja paradigma [Tekst] / S.A. Tihomirov // Aspirantskij vestnik Povolzh'ja. – 2012. – № 3-4. – S. 173-177.
9. Tihomirov, S.A. Teorija igr: upravlenie i upravlencheskie kommunikacii [Tekst] / S.A. Tihomirov // Problemy jekonomiki i upravlenija neftegazovym kompleksom. – 2013. – № 4. – S. 27-33.
10. Tihomirov, S.A. K voprosu o «dvojnomo poslanii» (double bind) v korporativnyh kommunikacijah i upravlenii [Tekst] / S.A. Tihomirov // Upravlencheskij uchet. – 2013. – № 6. – S. 39-47.

Tihomirov Sergey Alexandrovich

The Moscow pedagogical state university

Candidate of science (Philological sciences)

119991, Russia, Moscow, Malaya Pirogovskaya str., 1/1

Ph./Fax: (499) 245-03-10; (964) 850-00-00

E-mail: quantor@inbox.ru

И.Н. АЛЬХИМОВИЧ, О.В. ПАВЛОВА

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЯХ: ВОСПИТАТЕЛЬНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В статье рассматриваются понятия, связанные с предпринимательской деятельностью. Основное внимание уделяется вопросам, связанным с воспитанием и образованием будущих предпринимателей. Рассматриваются этапы развития и отношение государства и общества к предпринимателям и предпринимательской деятельности. Многочисленные трудности, с которыми сталкиваются начинающие предприниматели, снижают интерес и желание молодых людей заниматься предпринимательской деятельностью и открывать собственное предприятие, в том числе этому способствуют ценности, насаждаемые средствами массовой информации. Создание условий для подготовки учащейся молодежи и активному вовлечению в рыночные процессы посредством организации воспитательной и образовательной систем становится актуальной и насущной задачей современного российского общества.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, предприниматель, учащаяся молодежь, воспитание, образование, деловые игры.

Так называемые времена «застоя», периода советской власти, внесли негативный вклад в развитие страны. Это выражается неумением большинства населения, прежде всего пожилого возраста, быстро и безболезненно привыкать жить и работать в новых экономических условиях. Человек привыкший жить от зарплаты до зарплаты, когда всё определялось государством, не имел ни необходимых сбережений, ни знаний для создания собственного дела. Больше того, предпринимательская деятельность считалась вредной и каралась государственным аппаратом. «Спекулянт» и «рыночник» некоторые из многих терминов, которые наиболее часто употреблялись для определения предпринимателей. Видимо, в том числе из-за такого наследия, которое и сегодня несет свои «горькие» плоды руководители малых предприятий и предприниматели сталкиваются в своей профессиональной деятельности с множеством трудностей, во многом связанных с незнанием или низкой степенью учета правовых факторов. Уделять повышенное внимание таким факторам макросреды необходимо, поскольку основными причинами проблем малого предпринимательства, наряду с объективными факторами (природа самого явления, низкий платёжеспособный спрос со стороны населения на товары и услуги малых предприятий и т.д.), является деятельность государственных органов власти. Государственная власть и политика основаны на создании и выполнении законов и нормативно-правовых актов, важнейшими из которых, как известно, являются Конституция и Федеральные законы Российской Федерации, а также законодательные акты и постановления Президента РФ и Правительства РФ, программы [4].

В Конституции РФ, статья 8, часть 1 гласит: «В Российской Федерации гарантируются единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности». Часть вторая той же статьи гласит «...в Российской Федерации признаются и защищаются равным образом частная, государственная, муниципальная и иные формы собственности». Из данных формулировок следует, что статья 8 даёт правовые гарантии действия принципов рыночной экономики, в частности, одного из основных – свободы конкуренции. Знание и учет законодательной базы, основных законов, определяющих общие правила поведения для предприятий и граждан, осуществляющих хозяйственную, экономическую и предпринимательскую деятельность, а также защита всех этих отношений

от противоправных действий с любой стороны является неотъемлемой составляющей деятельности руководителя малого предприятия. Также важнейшим инструментом ведения предпринимательской деятельности является Гражданский кодекс Российской Федерации, который упорядочивает отношения в области имущественных прав граждан и юридических лиц (организаций), правила совершения сделок, заключения договоров имущественной ответственности [6].

В США поддержка малого предпринимательства государством и общественными организациями выступает как поддержка рыночной, конкурентной экономики в целом, а предприниматели имеют возможность получить консультации по правовым вопросам своей деятельности, а также пройти обучение по различным программам. В первом американском законе о малом бизнесе сказано: «Защита и поощрение свободной конкуренции составляют основу не только экономического благосостояния, но и безопасности страны». Конгресс считает, что правительство должно в той мере, в какой это возможно, оказывать поддержку предприятиям малого бизнеса, консультировать, помогать и защищать их интересы с тем, чтобы сохранить свободное конкурентное предпринимательство». Безопасность и благосостояние российских предприятий также не могут быть обеспечены без стимулирования руководителей малого бизнеса и предпринимателей к самообразованию и участию в различных образовательных программах, в том числе юридических. Как известно не знание закона не освобождает от наказания при его нарушении, поэтому предпринимателям необходимо знать основные правовые документы и системы, и уметь ими пользоваться в своей деятельности [3].

Управление малым предприятием в условиях экономического кризиса предполагает использование методов государственной поддержки посредством участия в различных конкурсах, проектах и программах организуемых органами власти различных уровней. Организация данной деятельности сопряжена с необходимостью составления и представления различного рода юридически правильно оформленных документов. Важно также учитывать, что формирование правовой среды малых предприятий является обязательным и неременным условием, обеспечивающим субъектам малого предпринимательства экономическую свободу, право, гарантии, позволяющие заниматься разрешенным законом бизнесом.

В Федеральной программе предусматривались мероприятия по финансово-кредитной, имущественной, инвестиционной и информационной поддержке малого предпринимательства, развитию инфраструктуры, кадрового, научного обеспечения, социальной защищенности и безопасности малому бизнесу. В условиях экономического кризиса и, как следствие, дефицита бюджетных средств одним из главных механизмов поддержки и развития малого предпринимательства является привлечение отечественных и иностранных инвестиций. В этой связи особое место здесь отводится бизнес-планированию и созданию бизнес-плана, поскольку основной государственной целью на среднесрочную перспективу является стимулирование инвестиционной активности. Это привлечение частных, в том числе иностранных, кредитов под государственные гарантии; трансформации сбережений граждан в инвестиции при внесении изменений в налоговое законодательство, где предусматривается уменьшение налогообложения доходов у физических лиц на сумму средств, направляемых в инвестиции [5].

Переход к экономическим (коммерческим) механизмам использования средств федерального бюджета: создание гарантийных фондов для реализации инвестиционных программ через финансовые методы: кредиты и финансовый лизинг позволяет начинающим предпринимателям и руководителям малого бизнеса использовать дополнительные возможности. При этом необходимо знать, уметь, и использовать правовые средства

особенно в условиях экономического кризиса. Таким образом, правовая подготовка руководителей и предпринимателей становится необходимой составляющей успешного менеджмента малого предприятия. Данная деятельность является особенно важной в контексте набирающих силу процессов вовлеченности в предпринимательскую деятельность молодежи, в том числе студентов и старших школьников, которые уже во время учебы пробуют себя в качестве организатора собственного бизнеса.

Сравнивая аналогичные процессы в предпринимательской деятельности до революции 1917 года и в наши дни, обнаруживается ряд прямых сходств и даже совпадений. Основное заключается в том, что как сто, и двести лет назад, так и теперь главной движущей силой российского предпринимательства является молодёжь, с той лишь разницей, что это явление в прежние годы не знало возрастных границ. У истоков большинства известнейших династий буржуазии стоял труд, энергия, инициатива совсем ещё молодых людей.

Сегодня молодёжь во многом копирует негативные составляющие пришедшей к нам западной культуры. Это, прежде всего, связано с отсутствием чёткой и понятной государственной молодёжной политики. В данной ситуации значительно возрастает роль послеучебного досуга школьников и студентов. Во внеучебное время педагог становится больше наставником и другом: «там, где есть товарищеские (дружеские) отношения взрослого и ребёнка, там воспитания как особой педагогической деятельности не нужно». Во время этих занятий будет организовывать систему подготовки учащихся к жизни и работе в условиях рынка, т.е. обучения предпринимательским навыкам по примеру бизнес-инкубатора. Процесс обучения может происходить в несколько этапов. Первый – теоретический курс, в процессе которого в игровой и познавательной формах учащимся даётся ознакомительный курс истории и теории предпринимательства. Прививаются понимание и уважение отечественных предпринимателей в освещении их полезной для общества деятельности (меценатство, строительство больниц и т.д.). Второй этап – обучение навыкам практической деятельности. Здесь учащиеся знакомятся с основами планирования и составления документальной базы (чертежи, схемы, бизнес-план, проект). Третий этап – непосредственно приобретение материала, изготовление и реализация готового изделия: стол, компьютерная программа, стенд и т.д. [2].

Основные цели, которые должны ставиться в процессе работы бизнес-инкубатора заключаются в следующем:

- 1) создание положительного образа у учащихся о предпринимателях и предпринимательстве как основных составляющих развития общества и экономики;
- 2) обучение практическим основам деятельности в рыночном пространстве;
- 3) привитие учащимся стремления к всестороннему саморазвитию и эффективному использованию своих способностей в рыночных условиях.

Воспитание посредством получения конечного результата – продукта и оплаты за него после реализации будет воспитывать чувство хозяина. Познание российской собственной истории и успехов отечественных предпринимателей будет давать патриотический импульс в воспитании, поскольку многие старшеклассники не скрывают своего желания уехать из России, жить и работать за рубежом. Это прямое следствие, начавшегося 10-15 лет назад, разрушения чувства национального достоинства и преклонения перед Западом и западным образом жизни.

Важно учитывать тот аспект в работе бизнес-инкубатора, что учащийся – это не объект «технологии» педагогического процесса (ведь предпринимателем можно работать и в сфере продажи наркотиков и оружия), а личность, гражданин, от которого во многом будет зависеть благополучие и будущее страны. Основой общения и воспитания должна стать любовь к отечеству, к своей земле, как неотъемлемое качество личности, первооснову

осмысленной жизнедеятельности. «Любовь наша к России не есть любовь за качества и достоинства, но любовь эта должна быть источником творческого созидания качеств и достоинств России». Для подготовки высококвалифицированных специалистов ВУЗов, выпускающие кафедры должны уделять больше внимания разработке и внедрению активных форм обучения – тренингов, деловых игр, выполнению практических заказов, разработке проектов документов, пакетов компьютерных продвигающих программ по изучаемым дисциплинам, аудио- и видеоматериалов и других средств, развивающих уверенное поведение выпускников в условиях рыночных отношений.

Повышенное внимание к вопросам образования в целом и предпринимателей в частности в российском обществе не случайно. Мировой опыт свидетельствует, что наряду с такими общепринятыми факторами производства, как земля, капитал, предпринимательство, на первый план выходит информация и образованность. Формирование личности на основе предпринимательских навыков и положительного исторического опыта экономического хозяйствования в условиях рынка будет способствовать благоприятному отношению к предпринимательству и появлению нового класса собственников, так называемого среднего класса, необходимого гаранта политической и экономической стабильности в обществе. Государственная стратегия в сфере образования на сегодняшний день имеет целью достичь решения исключительно рациональных задач в любой сфере. В условиях тотальной нестабильности социально-экономических систем любого уровня, данная стратегия имеет место на существование. Государство рассматривает образование как «процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства, ориентированный на сохранение и передачу системы знаний новым поколениям в целях обеспечения устойчивого социально-экономического развития, постоянного совершенствования нравственного, интеллектуального, эстетического и физического состояния личности и общества» [9]. Однако многие работодатели невольно отмечают определенный прагматизм и в действиях выпускников высшей школы и неспособность к принятию неординарных управленческих решений в условиях высокой степени риска или на основе многокритериальной оценки возможных альтернатив. Конечно, в каждом учебном плане предусмотрены как минимум несколько видов практик ознакомительного, экономического и преддипломного характера. Но стоит отметить, что студенты в процессе реализации обязательной программы выступают в роли практикантов или в лучшем случае стажеров, то есть априори не могут быть допущены к «священнодействию» управленческого персонала.

При принятии самостоятельных управленческих решений, молодые специалисты остаются один на один с непредсказуемостью, вероятностным результативным исходом, на который оказывает непосредственное и косвенное влияние различные аспекты окружающей среды. Итак, можно констатировать, что в условиях высшего экономического образования присутствует определенный сбой, а именно смещение системы ценностей в сторону абсолютизации принципов рационализма и прагматизма и алгоритмизации действий управленческого характера, отсутствии гуманистического начала. Как отмечают Плешакова М.В., Чигиринская Н.В. и Шаховская Л.С., этот «кризис рациональности» стал отправной точкой проникновения в экономическую науку и сферу экономического образования идей, учитывающих реальную возможность нерационального поведения [7].

Реалии современности требуют обеспечения успеха деятельности любого хозяйствующего субъекта и любого объекта государственного и муниципального управления. Только специалисты, умеющие принимать решения в условиях неопределенности и на всех уровнях управления (технический, средний, высший), могут стать двигателем будущего подъема региональной экономики. Современные условия повышают требования к профессиональным и человеческим качествам будущего

предпринимателя, нацеливают на формирование личности, отличающейся творческим типом мышления, инициативностью и самостоятельностью в принятии решений. В качестве средств, реализующих такой подход, все большее признание находят активные методы обучения, в частности деловые игры [8].

Сравнительно недавно в педагогике появилось и окрепло новое направление исследований – игровая форма обучения, которая позволяет концентрировать теоретические, практические навыки будущих предпринимателей и формировать умение в процессе технологии разработки управленческих решений как самостоятельно, так и в группе. Для современного образования игровые формы обучения предпринимателей крайне актуальны и насущны, потому, что они могут эффективно активизировать и разнообразить учебный процесс. Деловые игры – это такая форма обучения, когда отработка учебной тематики происходит на основе ситуаций и материала, моделирующих те или иные аспекты профессиональной деятельности слушателей. Преимущества деловых игр в подготовке предпринимателей можно подразделить на следующие составляющие:

- всесторонне исследовать экономическую проблему, подготовить и принять решение;
- обучить студентов моделировать реальные управленческие ситуации, научить действовать, как в жизни, чтобы в реальной ситуации не растеряться, не наделать ошибок, действовать эффективно;
- оценить готовность и умения учащихся решать те или иные проблемы бизнеса.

Деловая игра предполагает наличие определенного сценария, правил работы и вводной информации, определяющей ход содержания игры. Проведение игры проходит три этапа: подготовка, непосредственное проведение и разбор хода игры, и подведение итогов. Особенно интересен и содержателен разбор игр, когда при ее проведении используется видеозапись. Отличительным признаком собственно деловой игры является наличие имитационной модели, которую можно рассмотреть как ориентировочную структуру воспроизводимой деятельности. И действительно, создатель игры продельвает огромную работу по анализу норм, организующих производственно коммерческую деятельность. Но только выявив скрытые механизмы, определяющие законы функционирования и развития того или иного производства, а так же представив подлежащую проблему как самостоятельную систему, разработчик может сконструировать деловую экономическую игру. Однако не стоит представлять игру как социальное пространство, в котором не испытывается сопротивление материала при реализации замысла и в котором можно все, что не запрещено. Механизм любой деловой игры обычно достаточно жестко детерминирован с жизненной реальностью, а иногда гораздо жестче, в зависимости от создаваемой ситуации.

Деловая игра представляет собой форму деятельности в условной обстановке, направленной на воссоздание содержания будущей профессиональной деятельности. В любой экономической игре с помощью различных знаковых средств, таких как язык, речь, график, таблица, документ и др. проецируется предметное и социальное содержание будущей профессиональной деятельности студентов, имитируется поведение участников игры по заданным правилам, отражающим условия и динамику реальной производственной обстановки.

В практике высшей школы успешно применяют деловые игры в рамках формирования у студентов особого практического видения проблемы и с целью формирования управленческого мышления в сфере экономического образования. Развитие личности будущего специалиста предпринимателя в деловой игре обусловлено усвоением профессиональных действий, теоретических навыков и норм отношений участников производственного процесса. Возможности деловых игр экономического характера поистине уникальны. Студентам предоставлена возможность более широко и неоднозначно взглянуть

на стоящие перед ними проблемы, проявить инициативность, креатив, и даже допустить некоторые ошибки. «На ошибках учатся», эту прописную истину мы знаем с детства, а игровой метод позволяет самостоятельно на определенном этапе игры скорректировать диссонанс между теоретическим алгоритмом действий и практическими реалиями [10].

Методически оптимально выверенные и правильно построенные деловые игры служат прогрессивным средством обучения технологии принятия решений и достаточно эффективны, что действительно важно в условиях «кризиса рациональности» высшей экономической школы и перманентных сотрясениях мировой экономики. Однако стоит отметить, что проблема измерения эффективности деловой игры, как и других групповых методов, достаточно сложна, поэтому при организации деловой игры на практических и семинарских занятиях по экономическим специальностям необходимо обязательно придерживаться следующих несложных положений, сформированных в процессе педагогической практики:

- правила игры должны быть понятными и отработанными;
- деловые игры необходимо проводить по мере возрастания их сложности, с учетом применения уже сформированных навыков;
- формулировка заданий в игре должна быть предельно доступна пониманию студентов;
- действует принцип «играют все»;
- тьюторы должны быть объективны ко всем студентам;
- учёт результатов игры должен быть открытым и предельно ясным;
- игра должна быть закончена с обязательным получением результатов;
- в конце занятия обязательно моральное поощрение студентов.

Придерживаясь достаточно простых правил в процессе реализации данного метода, а именно проведения деловых игр, можно усилить социальную ответственность, актуализировать творческий потенциал, повысить адекватность само- и взаимооценок у студентов, а также сформировать практические навыки самостоятельной работы по принятию управленческих решений. Представляется важным наличие у детей и молодежи таких четких определений, как «предприниматель» и «предпринимательство», а также выявить и донести в процессе игры до понимания сущность предпринимательской деятельности, показать роль предпринимательства в решении задач развития страны и малого города. Необходимо исследовать общее состояние, место и роль малого предпринимательства в социально-экономической системе современного общества, показать основные проблемы малого предпринимательства в России и наметить основные пути их решения. Существенным представляется разработка концепции экономического развития предпринимательства в регионе и муниципальном образовании с учетом образовательных аспектов в процессе реформирования экономики при взаимодействии малых и крупных предприятий [1].

В процессе исследования феномена предпринимательство в учебном заведении необходимо решить следующие задачи:

- определить экономическую сущность предпринимательства как явления;
- проанализировать динамику развития предпринимательства в социально-экономической системе и проблемы, присущие данному явлению;
- определить место и роль, функции государства в развитии предпринимательства;
- показать формы и направления взаимодействия крупных и малых предприятий, а также содействие со стороны государства их развитию в России;
- исследовать отечественный и зарубежный опыт, направления и перспективы создания и поддержки малых предприятий государством и крупными предприятиями;

- показать основные направления развития и повышения эффективности функционирования системы государственной поддержки малого предпринимательства, совместно с крупными предприятиями России;
- разработать механизмы создания государственных региональных систем поддержки предпринимательства;
- создание районных центров делового развития и разработка на базе бизнес-инкубаторов, технологических парков, бизнес-центров, обществ взаимного кредитования и других элементов инфраструктуры муниципальных систем государственной поддержки малого предпринимательства;
- предложить систему мер по созданию благоприятных условий взаимодействия малых и крупных предприятий со стороны государства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Информационные системы и технологии управления: учебник [Текст] / под ред. Г.А. Титоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 591 с.
2. История предпринимательства России: курс лекций [Текст] / С.И. Сметанин. – М.: КНОРУС, 2010. – 192 с.
3. Круглова, Н.Ю. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник [Текст] / Н.Ю. Круглова. – М.: КНОРУС, 2010. – 544 с.
4. Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее [Текст] / Под ред. Е.Г. Ясина, А.Ю. Чепуренко, В.В. Буева. – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2003 – 220 с.
5. Мельников, О.Н. Технологические подходы к управлению созидательными действиями в бизнесе [Текст] / О.Н. Мельников // Российское предпринимательство. – 2013. – № 22 (244). – С. 28-35.
6. Набатников, В.М. Организация предпринимательской деятельности. Учебное пособие [Текст] / В.М. Набатников. – Ростов-на Д.: Феникс, 2011 – 256 с.
7. Плешакова, М.В. Деловые игры в экономике: методология и практика: учеб. пособие [Текст] / М.В. Плешакова, Н.В. Чигиринская, Л.С. Шаховская. – Москва: Изд-во Кнорус, 2008. – 232 с.
8. Предпринимательство: учеб. [Текст] / под редакцией В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 581 с.
9. Туренко, Т.А. Малое предпринимательство и его роль в устойчивом развитии экономики [Текст] / Т.А. Туренко // Известия Иркутской государственной экономической академии. – 2010. – №5. – С. 223-227.
10. Шепель, В.М. Чистолобие – фактор конкурентоспособности [Текст] / В.М. Шепель // Экономика и предпринимательство. – 2011. – №2. – С. 74-79.

Альхимович Игорь Николаевич

Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова,
Филиал в городе Коряжме
Кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента.
165651, Архангельская область, г. Коряжма, просп. Ленина, д. 9
Тел.: 8-818-50-3-60-72
E-mail: alkhim@atnet.ru

Павлова Ольга Владимировна

Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова,
Филиал в городе Коряжме
Старший преподаватель кафедры менеджмента
165651, Архангельская область, г. Коряжма, просп. Ленина, д. 9
Тел.: 8-818-50-3-60-72
E-mail: ovpav@mail.ru

I.N. ALHIMOVICH, O.V. PAVLOVA

ENTREPRENEURSHIP IN SOCIO-ECONOMIC RELATIONS: THE EDUCATIONAL ASPECT

The article deals with the concepts associated with business activities. The main attention is paid to issues related to the upbringing and education of future entrepreneurs. Stages of development and the attitude of the state and society to entrepreneurs and entrepreneurship. Numerous difficulties faced by aspiring entrepreneurs, reduce the interest and desire of young people to engage in entrepreneurial activity and to start a company, including contribute values perpetuated by the media. Creation of conditions for training of students and the active participation in market processes through the organization of educational systems is becoming a pressing and urgent task of the modern Russian society.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur, students, education, education, business games.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Informacionnye sistemy i tehnologii upravlenija: uchebnik [Tekst] / pod red. G.A. Titorenko. –M.: JuNITI-DANA, 2012. – 591 s.
2. Istorija predprinimatel'stva Rossii: kurs lekcij [Tekst] / S.I. Smetanin. – M.: KNORUS, 2010. – 192 s.
3. Kruglova, N.Ju. Osnovy biznesa (predprinimatel'stva): uchebnik [Tekst] / N.Ju. Kruglova. – M.: KNORUS, 2010. – 544 s.
4. Maloe predprinimatel'stvo v Rossii: proshloe, nastojashhee i budushhee [Tekst] / Pod red. E.G. Jasina, A.Ju. Chepurenskoj, V.V. Bueva. – M.: Fond «Liberal'naja missija», 2003 – 220 s.
5. Mel'nikov, O.N. Tehnologicheskie podhody k upravleniju sozidatel'nymi dejstvijami v biznese [Tekst] / O.N. Mel'nikov // Rossijskoe predprinimatel'stvo. – 2013. – № 22 (244). – С. 28-35.
6. Nabatnikov, V.M. Organizacija predprinimatel'skoj dejatel'nosti. Uchebnoe posobie [Tekst] / V.M. Nabatnikov. – Rostov-na D.: Feniks, 2011 – 256 s.
7. Pleshakova, M.V. Delovye igry v jekonomike: metodologija i praktika: ucheb. posobie [Tekst] / M.V. Pleshakova, N.V. Chigirinskaja, L.S. Shahovskaja. – Moskva: Izd-vo Knorus, 2008. – 232 s.
8. Predprinimatel'stvo: ucheb. [Tekst] / pod redakciej V.Ja. Gorfinkelja, G.B. Poljaka, V.A. Shvandara. – M.: JuNITI-DANA, 2011. – 581 s.
9. Turenko, T.A. Maloe predprinimatel'stvo i ego rol' v ustojchivom razvitii jekonomiki [Tekst] / T.A. Turenko // Izvestija Irkutskoj gosudarstvennoj jekonomicheskoy akademii. – 2010. – №5. – S. 223-227.
10. Shepel', V.M. Chistoljubie – faktor konkurentosposobnosti [Tekst] / V.M. Shepel' // Jekonomika i predprinimatel'stvo. – 2011. – №2. – S. 74-79.

Alhimovich Igor Nikolayevich

Northern (Arctic) federal university named after M.V. Lomonosov,
The branch in Koryazhma city
Candidate of economic sciences, associate Professor of management
165651, Arkhangelsk oblast, city of Koryazhma, prospect Lenin, D. 9
Ph.: 8-818-50-3-60-72
E-mail: alkhim@atnet.ru

Pavlova Olga Vladimirovna

Northern (Arctic) federal university named after M.V. Lomonosov,
The branch in Koryazhma city
Senior lecturer, department of management
165651, Arkhangelsk oblast, city of Koryazhma, prospect Lenin, D. 9
Ph.: 8-818-50-3-60-72
E-mail: ovpav@mail.ru

НАУЧНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ **ИНВЕСТИЦИЙ И ИННОВАЦИЙ**

УДК 330.162: 331

Ф.Б. ВЛАСОВ

ФАКТОРЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА И ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Доказывается, что торможение инновационного развития российской экономики связано с состоянием неформальных институтов.

Ключевые слова: инновации, развитие, российская экономика, неформальные институты.

Современное состояние российской экономики все яснее указывает на исчерпание прежних источников роста. К сожалению, экономика России по-прежнему остается преимущественно сырьевой. Альтернативой данной модели является экономический рост на основе инноваций. О необходимости перевода российской экономики на инновационный путь развития говорится уже много лет. Однако инновации пока не стали основным источником роста. Поэтому несомненный интерес представляет выявление тех препятствий, что тормозят перевод российской экономики на новую модель хозяйствования.

Принято считать, что ведущими факторами развития современной экономики являются научно-технический прогресс и накопление человеческого капитала [1], [2]. Несомненно, что данные факторы не только продуцируют инновации, но и служат главными источниками социально-экономического прогресса вообще. Однако сводить все к влиянию только этих двух факторов было бы большим упрощением. Реальная схема развития экономики и связанных с ними общественных отношений гораздо сложнее.

Исходным пунктом такого развития являются потребности людей. Но они не являются стабильными и неизменными. По мере насыщения первичных потребностей, все более насущными становятся потребности более высокого уровня.

Довольно приблизительно смещение приоритетов в системе человеческих потребностей описывает пирамида А. Маслоу [3].

Кроме того, потребности находятся под непрерывным воздействием со стороны производства, которое постоянно создает новые потребности, а прежние потребности людей преобразуются как качественно, так и количественно.

Потребности удовлетворяются посредством потребления благ, которые предлагает людям экономика. Возможности предложения благ, в свою очередь, зависят от тех ресурсов, которыми располагают экономические агенты. При этом следует учитывать не только то, какими ресурсами богата данная страна, но и на какой стадии развития находится ее экономика.

На аграрной стадии роста ведущую роль играет земля.

На индустриальной стадии – физический капитал.

А с переходом в постиндустриальную стадию роста, ведущую роль начинает играть человеческий капитал.

В настоящее время все большее число стран вступают на путь постиндустриального развития. Этому способствует и глобализация мировой экономики. Именно поэтому ведущими факторами развития современной глобальной экономики выступают человеческий капитал и научно-технический прогресс, достижения которого активно вовлекаются человеком в производство и порождают непрерывный поток инноваций.

В этой связи важно учитывать, что экономические агенты действуют не как разрозненные индивиды, а коллективно. Поэтому необходимо принимать во внимание тот характер отношений, что складывается между ними. В случае чрезмерной эксплуатации непосредственных производителей собственниками средств производства, в экономике нарастают противоречия, углубляется недоверие, обостряются социальные конфликты, растут трансакционные издержки. Такая общественная атмосфера, как правило, не благоприятствует инновациям. И, напротив, если характер экономических отношений достаточно гармоничен, это способствует накоплению человеческого капитала, его интеллектуальной и нравственной составляющих. Между экономическими агентами укрепляется взаимное доверие, снижаются трансакционные издержки и, следовательно, нарастает поток инноваций.

Вместе с тем, ни научно-технический прогресс, ни человеческий капитал сами по себе недостаточны для экономического развития, основанного на инновациях. Страна может располагать огромным научным потенциалом, иметь значительные запасы человеческого капитала, но темпы роста экономики будут снижаться, производительность труда падать, показатели внедрения новшеств в производство ухудшаться. Именно по такому сценарию развивалась экономика бывшего СССР в последние годы своего существования. Следовательно, помимо накопления человеческого капитала и достижений научно-технического прогресса нужны еще условия для эффективной реализации их запасов. Эти условия определяются институциональной средой, регулирующей оборот человеческого капитала и интеллектуальной собственности.

В последние годы в данном направлении проделана серьезная работа. К сожалению, исследования, посвященные соответствующей проблематике, фокусируют внимание, главным образом, на довольно узких участках институционального поля [4], [5]. Во многих случаях такой подход, несомненно, оправдан. Однако, наверное, не случайно, многие из поставленных проблем решаются слишком медленно.

На протяжении многих лет на самом высоком уровне декларируется приверженность переводу российской экономики на инновационный путь развития. Принимались правительственные решения, касающиеся «институтов развития», улучшения инвестиционного климата в стране, проекта «Сколково». Тем не менее, российская экономика остается преимущественно сырьевой, продолжается отток из страны финансового и человеческого капитала. Все это требует рассмотрения проблем инновационного развития в рамках более широкого институционального контекста.

Поэтому институциональную среду инновационного развития современной экономики мы будем понимать весьма широко. В нее следует включать всю совокупность как формальных, так и неформальных институтов, а также механизмов принуждения, оказывающих как прямое, так и косвенное воздействие на хозяйственную систему страны. Говоря иначе, это совокупность не только чисто экономических, но и политических институтов, включая принятую в стране форму правления. Кроме того, это не только национальные, но и международные институты, неизбежно влияющие на закономерности внутреннего развития, особенно в условиях глобальной открытости.

Еще древнегреческие историки и философы, в частности Фукидид, обращали

внимание на роль формы правления [6]. Сравнивая демократию и тиранию, именно с последовательной демократией связывали они возвышение Афин. Только демократия создает наилучшие условия для учета интересов всего населения, согласования интересов народа и правящей группы, развития политической и хозяйственной конкуренции. Но и в условиях демократии далеко не всегда избранные правители выражают подлинные интересы масс. Нередко забота об их интересах подменяется популизмом и политической демагогией, погоней за сиюминутными интересами. Не случайно расцвет Афин приходится на времена Перикла, умевшего наиболее точно уловить и выразить долгосрочные интересы полиса-государства и его граждан.

Огромную роль играет и международная институциональная среда. Еще в XIX столетии Британская империя, находившаяся тогда на пике своего могущества, с помощью военной силы продвигала свои товары на рынки колоний и зависимых стран. Для этого формировалась соответствующая институциональная среда: этим странам навязывалась политика низких импортных тарифов. Английский же рынок защищали от импорта дешевых зарубежных товаров высокие тарифы или прямой запрет на их ввоз [7].

В XX веке, сразу после окончания Первой мировой войны, США, ставшие к тому времени лидером мировой экономики, и их западноевропейские союзники, прежде всего Великобритания и Франция, приступили к формированию системы международных институтов, призванной обеспечивать их национальные интересы на международной арене [8]. Важными этапами на этом пути стали речь президента В. Вильсона в Конгрессе США в январе 1918 года с изложением четырнадцати пунктов, на которых, по его мнению, должна строиться американская политика, а затем создание Лиги Наций в рамках парижской мирной конференции.

Оба этих этапа, во-первых, ознаменовали отказ США от традиционного невмешательства в европейские дела и, во-вторых, обеспечили создание реального постоянно действующего инструмента, призванного гарантировать соблюдение национальных интересов этих стран. Разумеется, эти шаги были украшены словесной риторикой, но за ними стояли интересы держав-победительниц в Первой мировой войне.

Усилия по формированию благоприятной для них международной институциональной среды были продолжены США и их стратегическими союзниками после окончания Второй мировой войны. Уже в 1944 году на международной конференции в Бреттон-Вудсе было принято решение о создании новой валютной системы, в которой американский доллар признавался мировой резервной валютой. Тогда же был создан Международный валютный фонд, в руководящих структурах которого США играют ключевую роль. Вскоре последовало создание Организации объединенных наций, штаб-квартира которой разместилась в Нью-Йорке. В 1948 году 23 странами, во главе с США, было подписано Генеральное соглашение о тарифах и торговле, переросшее со временем во Всемирную торговую организацию.

Разумеется, при создании всех этих международных институтов декларировались самые благородные цели. И действительно, ООН, например, во многих случаях реально способствовала поддержанию мира и безопасности на планете. Хотя, нередко, она была бессильна, если ее решения расходились с интересами США. Это обусловлено монопольным положением этой страны в мировой торговле, финансах, средствах массовой информации. Поэтому данный международный институт во многом стал инструментом проведения национальных интересов США на международной арене.

Всемирная торговая организация, например, проводит последовательный курс на либерализацию мировой торговли. Казалось бы это выгодно всем, что подтверждает

открытый Д. Риккардо принцип сравнительных преимуществ. Однако на самом деле это далеко не так. В частности, многое зависит от конкурентоспособности тех товаров, которые страна поставляет на мировой рынок.

Страны, вырвавшиеся вперед в создании высокотехнологичной продукции, умело сохраняют свое монопольное положение. Те же, кто приотстал в конкурентной борьбе, обрекаются на торговлю сырьем и другими природоёмкими товарами, на консервацию технологической отсталости.

Мировой рынок давно поделен. Отвоевать на нем свою нишу крайне сложно и потребует гигантских усилий.

США, выступая за либерализацию, сами не брезгают ничем, когда затрагиваются их национальные интересы. Всем памятно, как в начале двухтысячных годов США, устами президента Буша-младшего, пригрозили ввести 30% импортную пошлину на сталь, если страны-экспортеры не сократят свои поставки на американский рынок. Говоря иначе, США были готовы действовать вопреки принципам ВТО, поскольку конкуренты стали угрожать интересам их собственных сталелитейных компаний. Этот пример показателен тем, что сторонники либерализации, ради победы в конкурентной борьбе готовы, если потребуется, пренебречь принципами свободы торговли.

Конечно, условия международной торговли – только один элемент внешней институциональной среды. В целом же эта среда для того и формировалась, чтобы благоприятствовать сохранению монопольного положения развитых стран в мировой экономике, включая и роль ведущих получателей технологической ренты.

Таким образом, внешняя институциональная среда хоть и не враждебна, но не способствует появлению на рынке инноваций новых конкурентов. Однако, все же, решающую роль играет состояние внутренней институциональной среды. Здесь, особое значение имеют неформальные институты – господствующая в стране общественная атмосфера, определяемые ею цели, ценности, побудительные мотивы поведения индивидов и их групп.

В странах, ориентированных на инновации, общественная атмосфера благоприятствует поискам «нового». Социальная структура в высокой степени подвижна. Изобретатель, новатор пользуются в таком обществе престижем и уважением. Во всех областях жизни господствует дух честной конкуренции. Власть сменяема и подотчетна обществу.

Иная общественная атмосфера господствует в России. Для нее характерен поиск ренты, как доминирующий мотив поведения. Данный факт подтверждают исследования М. Левина и Г. Сатарова. По их мнению, в нашей стране сформировалось рентоориентированное общество – государство [9]. Его основой является природная рента, которая перераспределяется и на различных уровнях социально-экономических отношений принимает форму монопольной, политической, административной и других видов ренты [9].

Соответственно главной целью, основной ценностью и ведущим побудительным мотивом многих, если не большинства, экономических агентов становится рента. По мнению авторов, рентоориентированное поведение подрывает стимулы экономических агентов к инновационной деятельности по ряду причин [9].

Во-первых, агенты несут расходы, связанные с преодолением административных барьеров.

Во-вторых, кредиты для предприятий становятся дороже.

В-третьих, долгосрочные инвестиции в инновации теряют привлекательность.

Гораздо заманчивее оказываются вложения в разнообразные виды

рентоориентированного поведения.

Во многом сходных взглядов придерживаются и другие ученые. Так, А. Магомедов и Р. Никеров считают сущностью рентоориентированного поведения то, что политические и экономические субъекты прилагают избыточные усилия для раздела существующего «ресурсного пирога», вместо того, чтобы осуществлять инвестиции в производство и снижают уровень усилий по созданию добавленной стоимости и новых знаний [10].

Интересна точка зрения С. Кордонского. Он считает, что ресурсная экономика бывшего СССР была «населена» сословиями:

- титульными (госслужащие, военные);
- нетитульными (врачи, учителя) [11].

Каждое из них обладало возможностями извлечения как законного дохода (заработная плата), так и избыточного (рента).

После распада СССР сословная структура сохранилась, изменилась только ее форма. Такая структура общества малоподвижна. Влиятельные общественные группы заинтересованы в сохранении статус-кво. Поэтому они противодействуют инновациям, поскольку любая инновация угрожает сложившимся социальным связям, обеспечивающим доступ к ренте.

По мнению М. Левина и Г. Сатарова, при формально демократической форме правления, в двухтысячные годы в России была сформирована «вертикаль власти», как неформальный институт бюрократии, призванный обеспечивать доступ к ренте [9]. В результате «в обществе и власти стали доминировать системы отношений, максимально способствующие поддержанию и расширению системного рентоориентированного поведения и коррупции» [9].

«Теперь реформы подменялись имитацией, а основные усилия направлялись на расширение и эксплуатацию ренты вместе с конструированием системы безопасных и неограниченных во времени возможностей для такой эксплуатации» [9]. Ясно, что такая система отношений в обществе, вопреки всем разговорам и обещаниям власти, реально не обеспечивает перевода экономики на путь инноваций.

С М. Левиным и Г. Сатаровым согласен Л. Полищук, который акцентирует внимание на расхождении интересов общества и элиты. Он прямо пишет: «Общество в целом заинтересовано в открытом доступе к институтам – общественным благам... Наоборот, элиты предпочитают институты – клубные блага, доступ к которым получают только привилегированные группы. Экономическую основу таких клубных благ составляет изъятие ренты» [12].

Далее Л. Полищук замечает: «Вертикаль власти... упрощает координацию государственных решений и может рассматриваться как преимущество такого рода политической системы... Обратной стороной таких выгод становится подавление конкуренции среди политических элит, что отрицательно сказывается на инновационной активности» [12].

Трудно не согласиться с мнением авторов упомянутых выше статей. Конечно, для России рентоориентированное поведение не является чем-то новым. Существовало оно и во времена Советского Союза. Однако, сегодняшние его масштабы несравнимо больше. Причины сложившейся ситуации заслуживают специального обсуждения. Сегодня же следует констатировать, что у населения сформировались установки на поиск ренты как жизненной стратегии. Данный факт нашел отражение в предпочтениях молодежи при выборе профессии, что регулярно фиксируют социологические опросы [9].

Таким образом, главные проблемы инновационного развития российской экономики

связаны, по нашему мнению, с состоянием неформальных институтов.

Во-первых, среди населения доминируют ценности рендоориентированного поведения, которые определяют мотивы и цели экономической деятельности.

Во-вторых, существующие социальные структуры малоподвижны, а социальные связи устойчивы, продолжают расширяться и укрепляться, что сопровождается концентрацией и усилением монопольного положения доминирующих социальных образований.

Наконец, в-третьих, люди, задействованные в таких образованиях, избегают реальных инноваций, поскольку они способны изменить структуру занятости, а это может угрожать сложившимся социальным связям, обеспечивающим доступ к ренте.

Поэтому, реальные усилия по созданию и внедрению инноваций подменяются конструированием бюрократических структур, которые имитируют инновационную деятельность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тоффлер, Э. Третья волна [Текст] / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 2004.
2. Becker, G.S. Human Capital [Text] / G.S. Becker. – N.Y., 1964.
3. Маслоу, А. Мотивация и личность [Текст] / А. Маслоу. – СПб.: Питер, 2003.
4. Смирнов, В.Т. Инновационный выбор посткризисной России [Текст] / В.Т. Смирнов и др. – Орел, 2009.
5. Забелина, И.Н. Интеллектуальная собственность: спецификация прав, экономической оборот, оценка [Текст] / И.Н. Забелина. – Орел: ОрелГТУ, 2010.
6. Фукидид История [Текст] / Фукидид // Вся история Древней Греции. – М.: АСТ; Астрель, 2010.
7. Гайдар, Е. Гибель империи [Текст] / Е. Гайдар. – М.: РОССПЭН, 2006.
8. Черчилль, У. Защита империи. Автобиография [Текст] / У. Черчилль. – М.: Эксмо, 2012.
9. Левин, М. Рендоориентированная Россия [Текст] / М. Левин, Г. Сатаров // Вопросы экономики. – 2014. – №1.
10. Магомедов, А. Нефть России и рендоориентированное поведение: к пониманию природы политических стимулов российской власти [Текст] / А. Магомедов, Р. Никеров // Известия Саратовского университета. Новая серия. – Т. 10. – №1. (Цит. по Левин М., Сатаров Г. Указ. соч., с. 76).
11. Кордонский, С. Сословная структура постсоветской России [Текст] / С. Кордонский. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008 (Цит. по Левин М., Сатаров Г. Указ. соч., с.64).
12. Полищук, Л. Аутсорсинг институтов [Текст] / Л. Полищук // Вопросы экономики. – 2013. – №9.

Власов Федор Борисович

ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»

Профессор кафедры «Экономическая теория и управление персоналом»

302020, г. Орел, Наугорское шоссе, 29

Тел.: 8-486-245-32-01

E-mail: econte@ostu.ru

F.B. VIASOV

FACTORS OF SOCIAL ECONOMY PROGRESS AND PROBLEMS INNOVATIVE DEVELOPMENT OF RUSSIAN ECONOMY

It is proved that the inhibition of innovative development of Russian economy is linked with condition of informal institutions.

Keywords: *innovation, development, problems, Russian economy, informal institutions.*

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Toffler, Je. *Tret'ja volna* [Tekst] / Je. Toffler. – M.:AST, 2004.
2. Becker, G.S. *Human Capital* [Text] / G.S. Becker. – N.Y., 1964.
3. Maslou, A. *Motivacija i lichnost'* [Tekst] / A. Maslou. – SPb.: Piter, 2003.
4. Smirnov, V.T. *Innovacionnyj vybor postkrizisnoj Rossii* [Tekst] / V.T. Smirnov i dr. – Orel, 2009.
5. Zabelina, I.N. *Intellektual'naja sobstvennost': specifikacija prav, jekonomicheskij oborot, ocenka* [Tekst] / I.N. Zabelina. – Orel: OrelGTU, 2010.
6. Fukidid *Istorija* [Tekst] / Fukidid // *Vsja istorija Drevnej Grecii*. – M.: AST; Astrel', 2010.
7. Gajdar, E. *Gibel' imperii* [Tekst] / E. Gajdar. – M.: ROSSPJeN, 2006.
8. Cherrhill', U. *Zashhita imperii. Avtobiografija* [Tekst] / U. Cherrhill'. – M.: Jeksmo, 2012.
9. Levin, M. *Rentoorientirovannaja Rossija* [Tekst] / M. Levin, G. Satarov // *Voprosy jekonomiki*. –2014. – №1.
10. Magomedov, A. *Neft' Rossii i rentoorientirovannoe povedenie: k ponimaniju prirody politicheskikh stimulov rossijskoj vlasti* [Tekst] / A. Magomedov, R. Nikerov // *Izvestija Saratovskogo universiteta. Novaja serija*. – T. 10. – №1. (Cit. po Levin M., Satarov G. Ukaz. soch., s. 76).
11. Kordonskij, S. *Soslovnaja struktura postsovetskoj Rossii* [Tekst] / S. Kordonskij. – M.: Institut Fonda «Obshhestvennoe mnenie», 2008 (Cit. po Levin M., Satarov G. Ukaz. soch., s.64).
12. Polishhuk, L. *Autsorsing institutov* [Tekst] / L. Polishhuk // *Voprosy jekonomiki*. – 2013. – №9.

Vlasov Fedor Borisovich

State University-ESPC

Professor of the department «Economic theory and human resource management»

302020, Orel, Naugorskoe highway, 29

Ph.: 8-486-245-32-01

E-mail: econte@ostu.ru

И.А. ШАЛАЕВ

ИНТЕГРАЛЬНАЯ ОЦЕНКА ВКЛАДА ИННОВАЦИОННОГО ФАКТОРА В РЕЗУЛЬТАТЫ СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

В современных условиях инновации непосредственно являются основным фактором стратегии экономического развития региона. Поэтому интегральная оценка инновационного фактора в результаты стратегии экономического развития региона является весьма актуальной научной проблемой. В данной статье дается примерное описание оценки инновационного фактора в развитие экономики региона.

Ключевые слова: интегральная оценка, инновационный фактор, стратегия экономического развития региона.

В сегодняшних не однозначных условиях экономическое развитие региона должно опираться на широкое использование инноваций, формирование инновационной экономики. Зачистую, в нашей стране чаще всего встречается форсированное потребление природных ресурсов, приём дотаций из федерального бюджета, характерные для практики последних лет, положительно ни как не отразятся на стратегически правильном развитии региона.

И наука, и государство признает необходимость создания современной инновационной экономики. Этот путь называют стратегическим направлением развития нашей страны в первой половине XXI века [4].

Зарубежные крупные ученые, такие как: Д. Белл, Ф. Фукуяма, Э. Тоффлер, Нейсбитт и другие признают, что в современном мире именно инновационная экономика обеспечивает мировое экономическое превосходство страны, которая ее воплощает [3, 6, 8, 11].

В стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года подчеркнуто, что инновационное развитие является основным источником экономического роста. Переход экономики страны в целом на инновационную социально-ориентированную модель развития, как отмечено в данном документе, является почти единственным возможным способом гарантирования высокого уровня благосостояния населения, закрепления значимости геополитической роли страны как одного из глобальных лидеров [7].

В современной литературе предложены различные подходы к определению инноваций, все-таки можно выделить основной признак, который выделен большим числом авторов при определении инноваций, – это практическое использование новшеств [1, 2, 4, 10].

Из этого следует, что под инновацией понимается используемый в практической деятельности (внедренный) результат достижений науки, техники и технологий. Соответственно этому инновационный фактор представляет собой движущую силу развития экономики региона, направленную на активизацию инновационной деятельности, разработку, коммерциализацию и внедрение инноваций в целях экономического роста региона.

В нашем понимании, значимость инновационного фактора развития экономики региона достаточно высока, она должна сильно отличаться от природно-ресурсного потенциала. Помимо непосредственного участия в инновациях велика ценность дальнейшего улучшения и постоянного контроля. Для того, чтобы полностью использовать инновации как

фактор развития, нужно провести оценку их вклад в развитие экономики региона и страны в целом.

Проблемы влияния инновационного фактора на развитие экономических систем начали глубоко изучать с конца предыдущего века. Получило свое широкое распространение макроэкономическое моделирование с использованием аппарата производственных функций.

К современным неоклассическим моделям экономического роста можно отнести те, которые строятся на базе производственной функции и на основе гибкости цен на всех рынках, условиях почти полной занятости, как и полной взаимозаменяемости факторов производства. Попытки исследовать, в какой степени качество факторов производства (их производительность) и различные пропорции в их сочетании воздействуют на экономический рост, сподвигли к созданию модели производственной функции Кобба – Дугласа [9].

Функция Кобба – Дугласа найдена вследствие математического преобразования простейшей двухфакторной производственной функции, отражающей зависимость между объемом произведенной продукции и двумя видами ресурсов: материальными (затраты энергии, сырья, транспортные и другие ресурсы) и трудовыми. Функция Кобба – Дугласа имеет вид [5]:

$$N = A \times L^{\alpha} \times K^{\beta}$$

где: N – национальный доход;

A – коэффициент размерности;

L и K – объем использованного труда и капитала;

α и β – величины, значение которых не меняется (коэффициенты эластичности производства по труду и капиталу K).

Функция Кобба – Дугласа показывает, какой долей совокупного продукта вознаграждается участвующий в его создании фактор производства. Эта особенность модели была учтена американским экономистом, лауреатом Нобелевской премии 1987 г. за фундаментальные исследования в области теории экономического роста Робертом Солоу, предложившим дополнить модель таким фактором, как технический прогресс.

Общую совокупность качественных изменений труда и капитала Солоу и называл техническим прогрессом. Модель Солоу включает в себя описание механизма долгосрочного экономического роста, сохраняющего полное равновесие в экономике и полную занятость факторов. Единственной основой устойчивого роста благосостояния модель выделяет технический прогресс. При всем при этом модель Солоу, отмечая важность технического прогресса для экономического роста, не даёт возможность определить величину его воздействия на этот рост (в отличии участия таких факторов как труд и капитал).

В отечественных трудах различных ученых изучающих проблему оценки влияния инновационного фактора на темпы экономического роста подтверждается реальность применения модели производственной функции, которая помимо эндогенного нейтрального технического прогресса включает в себя управляемую экзогенную функцию «вовлеченности в инновационные процессы». Используя эту функцию значимость вложений инновационного фактора планируется вычислять как относительное изменение комплекса принятых в мировой практике величин индикаторов действия инновационных факторов, будто это безразмерная рейтинговая величина [9].

Вызывают большой интерес следующие выводы: в рыночной экономике Российской Федерации научный технический прогресс играет достаточно серьезную роль, но чистый

вклад инновационных факторов (содержащая институциональные инновации) слишком незначителен. Инновационные факторы не достигли такого уровня использования, который позволяет перейти к ускоренному экономическому росту.

По нашему мнению, можно осуществлять на основе оценки эффективности инновационной деятельности оценку влияния инновационного фактора на развитие региона.

Вместе с тем рассматривают несколько разных аспектов такой эффективности:

- полная активность предприятий региона в сфере инноваций;
- эффективность инновационных проектов, имеющих стратегическое значение для развития региона;
- результативность в управлении инновационными процессами в регионе.

Что касается изучения методологии оценки эффективности инновационных проектов, то она довольно в полном объеме представлена в современной литературе. Такие проекты можно оценивать как инвестиционные и использовать для этого Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов, методику ЮНИДО, работы отечественных и зарубежных ученых по данной проблематике [1, 2, 10].

Большинство из методов оценки эффективности проекта можно разделить на две укрупненные группы, включающие учетные оценки и основанные на дисконтировании данных. Чаще всего в современных рыночных российских условиях используются методы оценки эффективности проекта, которые основываются на дисконтированных оценках, поскольку они рассматривают влияние инфляции, варьирование процентных ставок, норм доходности и других. Соответственно этим методам к показателям эффективности проекта можно отнести: период окупаемости, внутреннюю норму доходности, чистую текущую стоимость и многие другие.

Так как будем рассматривать стратегически важные проекты, то целесообразно определить критерии, по которым можно будет их отнести к таким проектам. Выделим несколько критериев и опишем их: величина бюджетного финансирования проекта – чем актуальнее для развития и роста региона проект, тем выше такая величина; объем социальной важности – острота выполняемой проектом социальной проблемы; бюджетная эффективность – повышение доходов поступающих в бюджет за счет выполнения данного проекта.

Если рассматриваются инновационные проекты и мы говорим о их большой значимости, нужно учесть степень новизны полученных результатов, который оказывает значимое влияние на конкурентные преимущества, конкурентоспособность региона в целом на внутреннем и внешнем рынках.

Инновационную активность предприятий региона мы обозначили как второй аспект эффективности. В российской статистике к инновационно активным предприятиям относят те, которые имели в последние три года внедренные (завершенные) инновации или осуществляли в отчетном году затраты на инновации.

В современной научной литературе используются три подхода для оценки инновационной активности предприятий:

- результатный;
- формальный;
- ресурсно-затратный [10].

Результатный подход создан на основе идентификации возможных эффектов, которые получило или получит предприятие от осуществления инновационной деятельности, и при их стоимостной оценке. Для реализации и внедрения данного подхода нужно идентифицировать эффекты, которые будут рассмотрены при оценке инновационной активности.

Основная задача при исследовании, используя формальный подход, – идентифицируются виды деятельности, которые будут классифицированы как инновационные. Обязательно нужно установить виды деятельности для реализации данного подхода, классифицируемые как инновационные, и виды затрат и ресурсов, которые будут учтены при оценке.

Ресурсно-затратный подход основан на определении величины различных ресурсов, применяемых предприятием на всех стадиях инновационного процесса, в стоимостном выражении.

По нашему мнению, в контексте изучаемой проблемы лучше применять результатный подход. К результатам можно отнести такие показатели, как добавленная стоимость, созданная за счет реализации инноваций, прибыль, экономия от снижения себестоимости продукции, полученные за счет инноваций, а также рост качества продукции, повышение удовлетворенности трудом персонала предприятия и многие другие. Множество показателей инновационной активности предприятий свидетельствует о многогранности рассматриваемой характеристики и в то же время о возможности ее комплексной оценки.

Применяют разные методы комплексной оценки какого-либо сложного явления по совокупности характеристик или разнородных факторов.

Можно использовать графический метод, когда комплексный показатель определяется как площадь многоугольника, число вершин которого соответствует числу принимаемых в расчет частных характеристик [10]. При этом фактические значения показателей сравниваются с эталонными (соответствующими наилучшему значению среди предприятий региона либо установленными экспертным путем).

Улучшение или ухудшение пронормированных значений показателей происходит в диапазоне от 0 до 1. Единица показывает наивысший уровень инновационной активности по рассматриваемому показателю, ноль – то, что инновационная активность полностью отсутствует. Полученные пронормированные значения позволяют построить лепестковую диаграмму, которая, в свою очередь, показывает значения показателей относительно начала координат.

Применяя графическую интерпретацию комплексного показателя, можно лучше понять различия характеристик, например влияющих на определение интенсивности инновационной деятельности конкретного предприятия. Применяя этот метод можно выполнять сравнительный и пространственный анализ, определять общее состояние инновационной деятельности в регионе на короткий период и влиять на улучшение в будущем.

Осуществить оценку управления инновационными процессами в регионе на сегодняшний день достаточно тяжело, тем более провести их углубленную оценку эффективности. Считаем, что ее можно проводить с трех позиций:

- условия, которые собраны в настоящий момент для обеспечения будущих результатов;

- по достигнутым результатам;

- совершенствование процессов управления.

Используя оценку первой позиции вначале целесообразно определить показатели, относящиеся к результатам инновационной деятельности в регионе. Следующим этапом устанавливается их целевое значение, оценивающее долю получения целевых значений показателей инновационной деятельности, сравнивая их с фактическими, полученные в рассматриваемом отрезке.

К показателям, характеризующим результаты инновационной деятельности в регионе, целесообразно отнести:

- весь объем инновационных проектов;
- доля внебюджетного финансирования инноваций;
- число патентов;
- число благополучно сделанных инновационных проектов;
- финансирование на научные исследования, выделенные из средств бюджета региона;
- уровень научно-технических исследований;
- новые продукты, бизнес и сервис, выведенные на рынок.

Данный список показателей не является полным, он должен складываться с учетом особенностей инновационной деятельности в регионе.

Условия для оценки возможности достижения результатов в будущем нужно осуществлять по количеству ресурсов разных видов, привлеченных в инновационную деятельность в данный момент. Такие как:

- число занятых в сфере инновационной деятельности (обладающие интеллектуальным капиталом);
- бизнес-инкубаторы, технопарки и т.п. (выступающие в качестве материальной базы инновационной деятельности);
- число инновационно активных предприятий;
- число учреждений занимающихся научно-исследовательской, образовательной, инновационной и внедренческой деятельностью;
- единый объем финансовых ресурсов, направляемых на инновационную деятельность.

Оценка экспертным путем применяется при организации процесса управления инновационной деятельностью и соответствует следующим условиям:

- способность предупреждать воздействия в отношении возможностей и угроз, создаваемых внешней средой (разнообразие форм взаимодействия различных управленческих органов, состав решенных им задач, большое качество системы принятия аналитических решений и планирования);
- способность быстро отвечать на полученные сигналы внутренней и внешней среды (оперативность обратной связи как рациональная организация управления);
- экономичность как низкая величина затрат на функционирование системы управления.

Может применяться несколько критериев для оценки исполнения каждого из требований, что позволит повысить обоснованность мнений экспертов.

Нами рекомендуется выполнять интегральную оценку вклада инновационного фактора в результаты стратегии экономического развития региона на основании соотношения прироста ВРП к приросту затрат на инновации:

$$\mathcal{E}P_{II} = \frac{BPP_t - BPP_b}{I_t - I_b} * 100$$

где I_t , I_b – совокупные затраты на инновации в регионе соответственно в отчетном и базовом периоде, руб.

BPP_t , BPP_b – валовой региональный продукт соответственно в отчетном и базовом периоде, руб.

Безусловно, за счет инноваций обеспечивается не только прирост ВРП, на это воздействует множество факторов. Вот почему оценка по предложенной формуле должна осуществляться в динамике, нужно анализировать ее изменения и рассчитывать за несколько периодов.

В заключение, можно отметить следующие выводы:

- используя комплексную оценку участия инновационного фактора в стратегическом развитии экономики региона желательно сопоставлять затраты на инновации и прирост ВРП, анализируя их в динамике;
- воздействие инноваций на экономический рост выражается в большинстве случаев при помощи макроэкономического моделирования с применением аппарата производственных функций;
- качественная оценка эффективности инновационной активности предприятий, инновационных проектов и оценка эффективности управления инновационными процессами в регионе является ключевыми аспектами осуществления эффективности инновационной деятельности по оценке вклада инновационного фактора в развитие экономики региона;
- ведущую роль в современном мире отводят инновационному фактору развития экономики;
- полная оценка эффективности инновационной деятельности представляет отдельную, многогранную сферу экономического знания и располагает крупным потенциалом для последующих научных исследований.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеева, М.Б. Инновационный анализ: учеб. пособие [Текст] / М.Б. Алексеева, Н.Н. Масино. – СПб.: СПбГИЭУ, 2011.
2. Баранчев, В.Н. Управление инновациями [Текст] / В.Н. Баранчев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин. – М.: Юрайт, 2011. – 720 с.
3. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования: пер. с англ. [Текст] / Д. Белл; В.Л. Иноземцев (ред. и вступ. ст.). – М.: Academia, 1999.
4. Исмаилов, Т.А. Инновационная экономика – стратегическое направление развития России в XXI веке [Текст] / Т.А. Исмаилов, Г.С. Гамидов // Инновации. – 2003. – №1.
5. Лопатников, Л.И. Экономико-математический словарь: Словарь современной экономической науки [Текст] / Л.И. Лопатников. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2003. – 520 с.
6. Нейсбит, Дж. Мегатренды [Текст] / Дж. Нейсбит. – М.: АСТ, 2003.
7. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [Текст]: утв. распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р.
8. Тоффлер, Э. Революционное богатство [Текст] / Э. Тоффлер, Х. Тоффлер. – М.: АСТ, 2007.
9. Ульченкова, В.Э. Влияние инновационных факторов на темпы экономического роста России: дис. ...канд. экон. наук [Текст] / В.Э. Ульченкова: 08.00.01. – Москва, 2007. – 161 с.; Библиогр.: с. 154-161 РГБ ОД,61:07-8/4889.
10. Федосеев, И.В. Совершенствование управления инновационно-инвестиционной деятельностью строительного предприятия в регионе: монография [Текст] / И.В. Федосеев. – СПб.: СПбГИЭУ, 2008.
11. Фукуяма, Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: пер. с англ. [Текст] / Ф. Фукуяма. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004.

Шалаев Илья Андреевич

ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»
Аспирант кафедры «Мировая экономика и статистика»
302040, г. Орел, Наугорское шоссе, 40
Тел. (4862) 41-98-74
E-mail: viper18111988@yandex.ru

I.A. SHALAEV

INTEGRAL EVALUATION OF THE CONTRIBUTION INNOVATORS IN THE RESULTS REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGIES

In modern conditions directly innovation are the main factor of economic development strategy of the region. Therefore, integral evaluation of innovative factor in the results of the economic development strategy of the region is highly relevant scientific problem. This article provides an approximate description of the evaluation of the innovation factor in the economic development of the region.

Keywords: *integral evaluation, innovation factor, the strategy of economic development of the region.*

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Alekseeva, M.B. Innovacionnyj analiz: ucheb. posobie [Tekst] / M.B. Alekseeva, N.N. Masino. – SPb.: SPbGIIeU, 2011.
2. Barancheev, V.N. Upravlenie innovacijami [Tekst] / V.N. Barancheev, N.P. Maslennikova, V.M. Mishin. – M.: Jurajt, 2011. – 720 s.
3. Bell, D. Grjadushhee postindustrial'noe obshhestvo: opyt social'nogo prognozirovaniya: per. s angl. [Tekst] / D. Bell; V.L. Inozemcev (red. i vstup. st.). – M.: Academia, 1999.
4. Ismailov, T.A. Innovacionnaja jekonomika – strategicheskoe napravlenie razvitija Rossii v XXI veke [Tekst] / T.A. Ismailov, G.S. Gamidov // Innovacii. – 2003. – №1.
5. Lopatnikov, L.I. Jekonomiko-matematicheskij slovar': Slovar' sovremennoj jekonomicheskoy nauki [Tekst] / L.I. Lopatnikov. – 5-e izd., pererab. i dop. – M.: Delo, 2003. – 520 s.
6. Nejsbit, Dzh. Megatrendy [Tekst] / Dzh. Nejsbit. – M.: AST, 2003.
7. Strategija innovacionnogo razvitija Rossijskoj Federacii na period do 2020 goda [Tekst]: utv. rasporjazheniem Pravitel'stva RF ot 8 dekabrya 2011 g. № 2227-r.
8. Toffler, Je. Revoljucionnoe bogatstvo [Tekst] / Je. Toffler, H. Toffler. – M.: AST, 2007.
9. Ul'chenkova, V.Je. Vlijanie innovacionnyh faktorov na tempy jekonomicheskogo rosta Rossii: dis. ...kand. jekon. nauk [Tekst] / V.Je. Ul'chenkova: 08.00.01. – Moskva, 2007. – 161 s.; Bibliogr.: s. 154-161 RGB OD,61:07-8/4889.
10. Fedoseev, I.V. Sovershenstvovanie upravlenija innovacionno-investicionnoj dejatel'nost'ju stroitel'nogo predprijatija v regione: monografija [Tekst] / I.V. Fedoseev. – SPb.: SPbGIIeU, 2008.
11. Fukujama, F. Doverie: social'nye dobrodeteli i put' k procvetaniju: per. s angl. [Tekst] / F. Fukujama. – M.: OOO «Izdatel'stvo ACT»: ZAO NPP «Ermak», 2004.

Shalaev Ilya Andreyevich

State University - ESPC

Postgraduate student of the department «World economy and statistics»

302040, Orel, Naugorskoye highway 40

Ph.: (4862) 41-98-74

E-mail: viper18111988@yandex.ru

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ФОНДОВ ПРЯМЫХ ИНВЕСТИЦИЙ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ СТОИМОСТИ ИХ БИЗНЕСА

В статье освещается классификация рисков, присущая деятельности фондов прямых инвестиций: ликвидности, бизнес-риски, риски финансирования, процентные, управленческие, налоговые. Автором раскрываются способы оценки рисков фондов прямых инвестиций, а также предоставляются рекомендации относительно способов нивелирования и управления рисками фонда.

Ключевые слова: фонды прямых инвестиций, управление рисками, оценка рисков, диверсификация, стоимость чистых активов.

Фонды прямых инвестиций (ФПИ) представляют собой специализированные фонды, которые могут финансировать только акционерные общества посредством выкупа дополнительных эмиссий всех акций или выкупа облигаций. Основной задачей фондов прямых инвестиций является отбор инвестиционных проектов после проведенного анализа рисков, – как правило, приоритет отдается проектам с низкой степенью риска. Далее процесс представляет собой инвестирование средств, а затем реализацию бизнес-плана. Конечным итогом является выход их проекта и получение финансового результата. Следует отметить, что такие фонды занимаются более долгосрочным, однако менее рискованным инвестированием. Компания, в которую инвестируют, отдает фонду не менее блокирующего пакета акций – от 25%+1 акция.

По сравнению с иными классами активов осуществление прямых инвестиций характеризуется особыми рисками, относящимися к данному виду деятельности. Следует отметить, что каждый этап жизненного цикла фонда прямых инвестиций сопряжен с определенными рисками, в связи с чем, неотъемлемой частью деятельности менеджеров фонда является риск-менеджмент, т.е. процесс принятия и выполнения управленческих решений, направленных на снижение вероятности возникновения этих рисков и минимизацию возможных потерь [4].

Автор подразделяет риски, которые могут возникнуть у ФПИ по той или иной причине, на следующие категории:

- риски ликвидности;
- бизнес-риски;
- риски финансирования;
- процентные риски;
- управленческие риски;
- налоговые риски.

Риски ликвидности. Инвестиции в портфельные компании, осуществляемые ФПИ, являются предметом возникновения риска ликвидности. Ликвидность торгуемых ценных бумаг измеряется bid-ask спрэдом, т.е. разницей между ценой, которую готов заплатить покупатель бумаги и ценой, по которой продавец готов ее продать: больший спред характеризуется меньшей ликвидностью ценной бумаги. Существуют несколько факторов, влияющих на bid-ask спред прямых инвестиций, такие как нечастая и субъективная оценка, информационная асимметрия, длительный период владения, ограничения на передачу ценных бумаг. Именно из-за субъективности оценки портфельных компаний фондам часто представляется достаточно сложным определить данный спред. Ключевой вопрос

заключается в том, готовы ли потенциальные покупатели заплатить по цене, заявленной в оценочном заключении [3]? Рациональные инвесторы потребовали бы компенсации в виде премии за вероятность возникновения риска ликвидности.

Следует учитывать, что вероятность продажи портфельных компаний, являющихся объектами прямых инвестиций, значительно ниже; таким образом, происходит снижение цены продажи компании, что, непосредственно, влияет на bid-ask спрэд и, следовательно, на показатели деятельности компании.

Отметим, что финансовые рынки исключают возникновение риска ликвидности: котируемые ФПИ предполагают возможность инвестировать в их высоколиквидные ценные бумаги. Вторичные выкупы, т.е. продажа портфельных компаний другим ФПИ, являются достаточно популярными среди фондов. Очевидно, данное ликвидационное решение влияет на результаты выхода ФПИ из проекта посредством применяемой скидки, которой и является вышеупомянутый bid-ask спрэд, к стоимости продажи.

Бизнес-риски. Нередко ФПИ инвестируют в крупные компании со стабильным денежным потоком (что говорит об их возможности обслуживать долг) зрелые отрасли со значительным потенциалом увеличения эффективности. Но, несмотря на то, что портфельные компании являются стабильными, они подвержены влиянию бизнес-цикла или экономических условий.

Например, если ФПИ одного и то же года винтажа¹ будут осуществлять свою деятельность во времена низкого экономического роста или даже в период экономического упадка, компании не будут показывать такие же хорошие результаты как в предыдущие периоды. Диверсификация активов в течение нескольких лет является эффективным способом снижения данного риска и иных бизнес-рисков.

Риски финансирования. Сложнопрогнозируемое распределение денежных потоков во времени в течение срока жизни фонда порождает риск финансирования для ограниченного партнера. Менеджеры фонда требуют большую часть или весь фиксированный капитал в течение всего инвестиционного периода фонда, при этом, ограниченными партнерам необходимо отвечать по своим обязательствам в течение фиксированного короткого срока. В том случае, если ограниченные партнеры не могут отвечать по своим обязательствам, они вынуждены прекратить платежи и потерять значительную часть своей доли в партнерстве. На практике, однако, согласования могут возникнуть между ограниченным партнером и менеджером фонда по поводу адаптации размера фонда и/или требования к капиталу.

Процентный риск. Показатели деятельности ФПИ во многом зависят от соотношения собственных и заемных средств, используемых при приобретении портфельных компаний. Стабильные денежные потоки компании должны покрыть обе составляющие долга (процентные платежи и тело долга) в течение определенного периода, – как правило, это 5-6 лет до планируемого выхода.

Следует отметить, что изменение процентных ставок может негативно повлиять на свободный денежный поток компании, поскольку в случае увеличения процентной ставки портфельная компания может столкнуться с проблемой невыплаты финансовых обязательств.

Управленческий риск. Рассматриваем возникновение управленческого риска относительно инвесторов фонда, для которых важно, чтобы их портфель приносил высокую доходность, таким образом, выбор соответствующих менеджеров фонда является крайне важным для них. Менеджеры могут отличаться по нескольким критериям:

- опыт;
- выбранная стратегия;

¹ Год винтажа (англ. vintage year) – год начала работы фонда, используется для сравнения с показателями деятельности других фондов

- сектор-ориентированность;
- региональная ориентированность;
- размеры осуществляемых сделок;
- репутация;
- интеграция;
- ретроспективная деятельность;
- постоянство доходности и т.д.

Проведение due diligence¹ до инвестирования в активы фонда, в основе которого лежат ранее упомянутые аспекты, является обязательным. Элиминирование управленческих рисков может быть произведено при осуществлении инвестиций в активы различных фондов с различными управляющими командами.

Налоговые риски. Данный риск следует рассматривать, прежде всего, при анализе деятельности портфельных компаний. Менеджерам фонда необходимо учитывать, что длящиеся налоговые риски могут привести к возникновению условных налоговых обязательств (например, риски трансфертного ценообразования) [1] к моменту продажи портфельной компании.

Следовательно, для предотвращения возможности возникновения потенциальных налоговых рисков, менеджменту фонда необходимо тщательно изучить информацию о налоговой позиции компании, содержащуюся в due diligence отчете. Мониторинг финансового состояния портфельной компании после сделки позволяет инвестору избежать ситуации, когда налоговые риски снижают стоимость акций компании-объекта при их последующей продаже.

Способы оценки рисков фондов прямых инвестиций. Инвесторы должны иметь в виду следующие факторы при выборе подходящей методологии оценки рисков для конкретных портфелей:

- применимость методологии с учетом отраслевых особенностей и текущих рыночных условий;
- способность отражать все соответствующие риски, которым фонд может подвергаться;
- качество и надежность данных, используемых в каждой методологии;
- информация о сопоставимых фондах/ информация о прочих сделках на рынке;
- жизненный цикл ФПИ.

Большинство широко используемых методологий для оценки рисков, с которыми сталкиваются фонды прямых инвестиций, базируются на оценке волатильности стоимости чистых активов и денежных потоков.

Моделирование входных данных должно включать стоимость чистых активов (NAV) фонда, его обязательства, оставшийся срок жизни партнерства, «возраст» портфеля, будущие платежи за управление и подходящие ставки дисконтирования денежных потоков. Длина периода, в течение которого происходит оценка рисков, и уровень рисков должны отражать инвестиционный горизонт и другие непредвиденные обстоятельства, являющиеся особыми для каждого конкретного инвестора.

Выделяют следующие способы оценки рисков ФПИ:

1. Метод моделирования, основанный на изменении NAV во времени. Предполагает, что риски инвестиций фондов в основном представлены волатильностью чистых активов фонда в течение времени. Применение данной методологии подходит для фондов, стоимость

¹ Due diligence – процедура формирования объективного представления об объекте инвестирования, включающая в себя оценку инвестиционных рисков, независимую оценку объекта инвестирования, всестороннее исследование деятельности компании, комплексную проверку ее финансового состояния и положения на рынке

которых будет зависеть от стоимости существующих портфельных компаний и для инвесторов с ограниченным участием в фонде.

2. Метод моделирования, основанный на волатильности денежных потоков. Может быть использован для оценки различных рисков инвестирования в ФПИ. Данный метод основан на прогнозировании денежных потоков, которое используется для определения чистой приведенной стоимости (NPV) вложений для различных сценариев. Денежные потоки дисконтируются при помощи соответствующих ставок с поправкой на риск.

Инвесторы используют большое количество моделей, основанных на анализе денежных потоков, для оценки рисков их вложений в ФПИ. Простейшее прогнозирование денежных потоков позволяет сделать предположение об уровнях их распределений в течение среднего срока жизни фонда исходя из ретроспективных данных, и применить это к целевым фондам.

Диверсификация. Ограниченные партнеры, как правило, владеют портфелями фондов, диверсифицированных по следующим критериям:

- менеджеры;
- год винтажа;
- стратегии;
- отрасли;
- география;
- валюта.

Продолжительный мониторинг и управление диверсификацией является важным компонентом риск-менеджмента. Опыт показывает, что диверсификация относительно года винтажа – один из самых эффективных способов снижения рисков [2].

Диверсификация снижает долгосрочные риски и для крупных портфелей, чаще всего увеличивает медианную доходность (хотя она так же снижает потенциал для непредвиденных доходов). Однако, результаты опытных исследований, полученные при анализе фондов в течение нескольких циклов, показывают, что денежные потоки, как правило, сильно снижаются при рыночных спадах.

Следует отметить, что даже фонды, придерживающиеся различных стратегий или географически диверсифицированные, могут в экстремальных ситуациях подвергнуться риску ликвидности в краткосрочном и среднесрочном периодах. Влияние диверсификации также зависит от взаимодействия между портфелем ФПИ и прочими активами, с которыми инвесторы имеют взаимосвязь.

В результате проведенного исследования было определено, что фонды прямых инвестиций, а также портфельные компании характеризуются присущим им пулом рисков (ликвидности, бизнес-риски, риски финансирования, процентные, управленческие, налоговые), нивелированию которых способствует комплекс мер и, в первую очередь, диверсификация активов относительно менеджеров, года винтажа, стратегии, отрасли, географии и валюты инвестирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Семенова, М. Управление налогообложением: что важно для фонда прямых инвестиций [Электронный ресурс] / М. Семенова // Электрон. текстовые дан. – 2013. – Режим доступа: http://lawexpert.spb.ru/2013/07/20/tax_management
2. Cornelius, P. The Varied Approaches to Risk in Private-Equity [Text] / P. Cornelius. – EM PE Quarterly Review, 2011.
3. Tolcamp, C. Predicting Private Equity Performance: Dissertation [Text] / C. Tolcamp. – University of Twente, Enschede, 2007
4. European Private Equity and Venture Capital Association (EVCA). – Risk Measurement Guideline, 2013.

Кудрявцева Екатерина Леонидовна

ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва

Аспирант кафедры «Оценка и управление собственностью»

125993, Москва, Ленинградский проспект, 49.

Тел.: +7(926)527-04-78

E-mail: kudr_ek@mail.ru

E.L. KUDRYAVTSEVA

PRIVATE EQUITY FUNDS' RISK MANAGEMENT IN ORDER TO INCREASE ITS VALUE

The paper highlights the classification of risks which emerge while private equity funds: activity: liquidity, business, financing, interest, management, tax risks. The author highlights the methods in risk valuation of private equity fund and also provides recommendations on leveling and managing risks.

Keywords: *private equity funds, risk management, risk measurement, diversification, net assets value.*

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Semenova, M. Upravlenie nalogooblozheniem: chto vazhno dlja fonda prjamyh investicij [Jelektronnyj resurs] / M. Semenova // Jelektron. tekstovye dan. – 2013. – Rezhim dostupa: http://lawexpert.spb.ru/2013/07/20/tax_management
2. Cornelius, P. The Varied Approaches to Risk in Private-Equity [Text] / P. Cornelius. – EM PE Quarterly Review, 2011.
3. Tolkamp, S. Predicting Private Equity Performance: Dissertation [Text] / S. Tolkamp. – University of Twente, Enschede, 2007
4. European Private Equity and Venture Capital Association (EVCA). – Risk Measurement Guideline, 2013.

Kudryavtseva Ekaterina Leonidovna

Financial university under the government of the Russian Federation, Moscow

Postgraduate student «Property valuation and management»

125993, Moscow, Leningradsky Prospekt, 49.

Ph.: +7(926)527-04-78

E-mail: kudr_ek@mail.ru

НАУЧНАЯ ОБЛАСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ **УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИХ СИСТЕМ**

УДК 657.6

С.А. АЛИМОВ

ОСНОВЫ АУДИТА ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЗАТРАТ

В статье рассмотрен понятийный аппарат и система нормативного регулирования логистических затрат, основные задачи, контрольные действия и методика аудита логистических затрат предприятия.

Ключевые слова: логистика, логистические затраты, аудит логистических затрат.

Логистика определяется как совместная деятельность различных предприятий по интеграции всех процессов, связанных с достижением цели их бизнеса. Деятельность в области логистики многогранна. Она включает управление транспортом, складским хозяйством, запасами, кадрами, организацию информационных систем, коммерческую деятельность и многое другое.

Логистические затраты – затраты, связанные с выполнением логистических операций (размещение на поставку продукции, закупка, складирование поступающей продукции, внутрипроизводственная транспортировка, промежуточное хранение, хранение готовой продукции, отгрузка, внешняя транспортировка и др.), а так же затраты на персонал, оборудование, помещение, складские запасы, передачу данных о заказах, запасах, поставках.

Логистические издержки – это потери-последствия отклонений технико-экономических факторов от принятых при разработке планов.

По своему экономическому содержанию логистические издержки совпадают с издержками производства, транспортными затратами, затратами на завоз товаров, затратами по отправке товаров, издержками хранения, расходами на тару и другими составляющими издержек обращения. Крайне важно четко понимать содержание и структуру логистических затрат в целях корректной работы с ними в последующем. Для этого в таблице 1 представим трактовки понятия «логистические издержки» различными авторами.

Таблица 1 – Содержание понятия «логистические затраты»

Автор	Определение
Миротин Л.Б.	затраты трудовых, материальных, финансовых и информационных ресурсов, обусловленные выполнением предприятием своих функций по выполнению заказов потребителей [7].
Окландер М.А.	затраты, которые связаны с движением и хранением товароматериальных ценностей, начиная от выбора поставщика и заканчивая доставкой готовой продукции и обслуживанием потребителя [9].
Моисеева Н.К.	денежное выражение использованной рабочей силы, средств и предметов труда, финансовые затраты и различные негативные последствия форс-мажорных событий, которые обусловлены продвижением материальных ценностей (сырья, материалов, товаров) на предприятии и между предприятиями, а также поддержанием запасов [8].
Алесинская Т.В.	сумма всех затрат, связанных выполнением логистических операций: размещением заказов на поставку продукции, закупку, складирование поступающей продукции, внутрипроизводственную транспортировку, промежуточное хранение, хранение готовой продукции, отгрузку, внешнюю транспортировку, а также затраты на персонал, оборудование, помещение, складские запасы, на передачу данных о заказах, запасах, поставках.
Гаджинский А.М.	затраты на выполнение логистических операций [5].

Необходимо учитывать, что локальные нормативные акты также как и нормативно-правовые акты должны создаваться таким образом, чтобы их можно было использовать многократно и длительный период времени. Документы должны распространять свое действие на всех сотрудников организации, а не на одного или два лица, работающих в организации.

Локальные нормативные документы, регулирующие порядок организации бухгалтерского учета операций с логистическими затратами, представлены на рисунке 1.

В соответствии с Федеральным законом «Об аудиторской деятельности» регулирование аудита логистических затрат в РФ осуществляется следующими органами, представленными на рисунке 1.

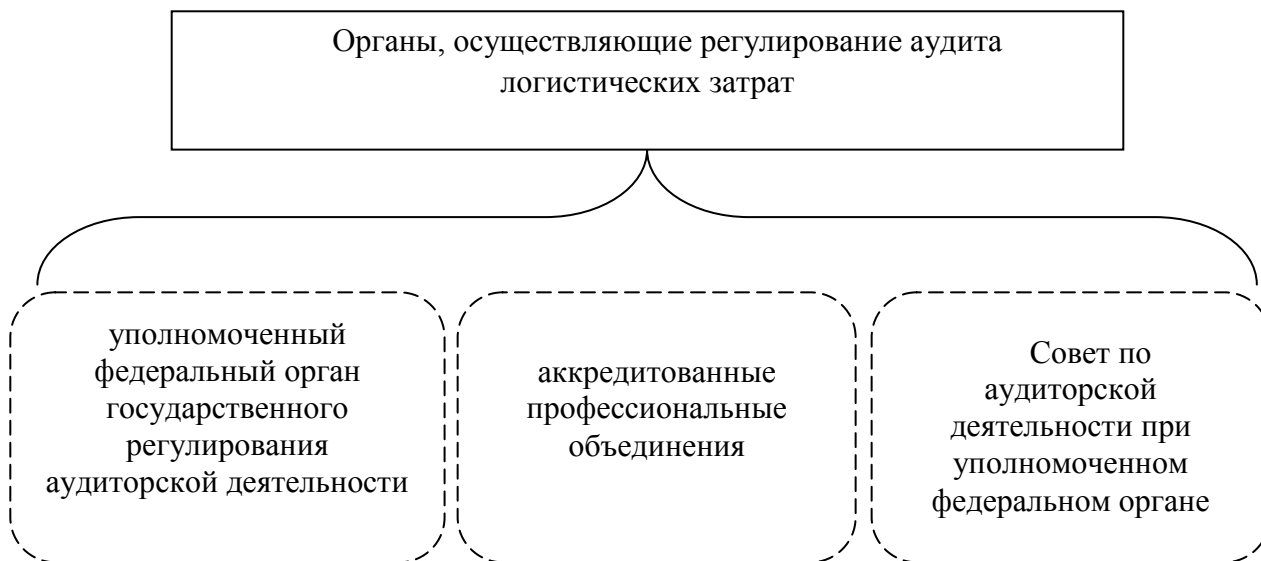


Рисунок 1 – Органы, осуществляющие регулирование аудита логистических затрат в РФ

Уполномоченным федеральным органом государственного регулирования аудита логистических затрат, в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 06.02.2002 г. №80, является Министерство финансов РФ [11].

При проверке логистических затрат аудитору необходимо решить задачи, поставленные перед ним, в целях наиболее полного контроля расходных операций в процессе деятельности в логистической цепи. Данные задачи предполагают выполнение следующих контрольных действий (рис. 2).

Основными источниками информации, необходимыми для аудиторской проверки логистических затрат, служат первичные документы по учету издержек обращения, анализ и карточка счета 44, Главная книга, баланс, отчет о финансовых результатах [12].

Рассмотрев нормативное регулирование аудита логистических затрат и источники их информации, можно сделать вывод о том, что все изученные правовые акты базируются на общих терминах и понятиях и не содержат значительной информации, конкретно относящейся к проверке учета затрат на логистическую деятельность по доставке товаров. Помимо этих документов аудитору перед началом проверки необходимо ознакомиться с нормативными актами по бухгалтерскому учету логистических затрат.

При проведении проверки бухгалтерской отчетности аудитор обязан установить соответствие финансовых или хозяйственных операций экономического субъекта действующим в РФ нормативным актам, чтобы получить достаточную уверенность в том, что бухгалтерская отчетность не содержит существенных искажений в части исследования логистических затрат.

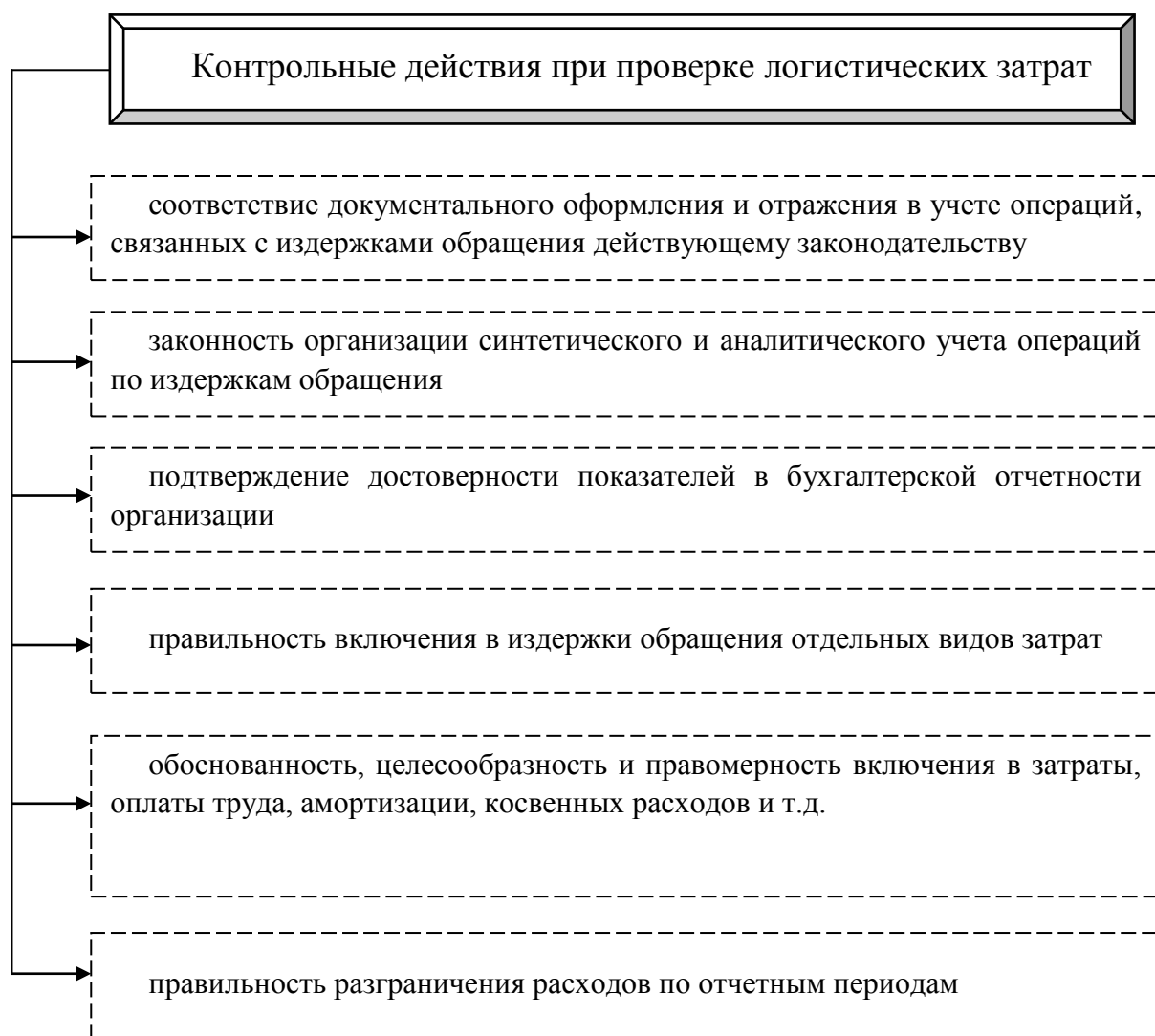


Рисунок 2 – Задачи аудита при проверке логистических затрат

Оказание услуг по аудиту логистических затрат осуществляется согласно утвержденной методике проведения работ (процедуры аудита) (рис. 3).

Оптимизация трудоемкости проведения аудиторской проверки логистических затрат очень важна, в этой связи большую роль играют аналитические процедуры, являющиеся одним из способов получения аудиторских доказательств. Проведение аналитических процедур дает аудитору значительный объем необходимой ему информации и при этом требует намного меньше затрат, нежели проведение детального тестирования по выбранному разделу учета [3].

Аналитические процедуры имеют особое значение для обоснования мнения аудитора о достоверности отчетности и соблюдении принципа непрерывности деятельности организации. Аналитические процедуры представляют собой методы получения аудиторских доказательств, которые состоят в выявлении, анализе и оценке соотношений между финансово-экономическими показателями деятельности проверяемого экономического субъекта, что позволяет оценить достоверность и полноту представления информации в аудируемой отчетности.

Аналитические процедуры позволяют выбрать типы хозяйственных операций по учету логистических затрат и те показатели отчетности, которые нуждаются в углубленном изучении и контроле [4].

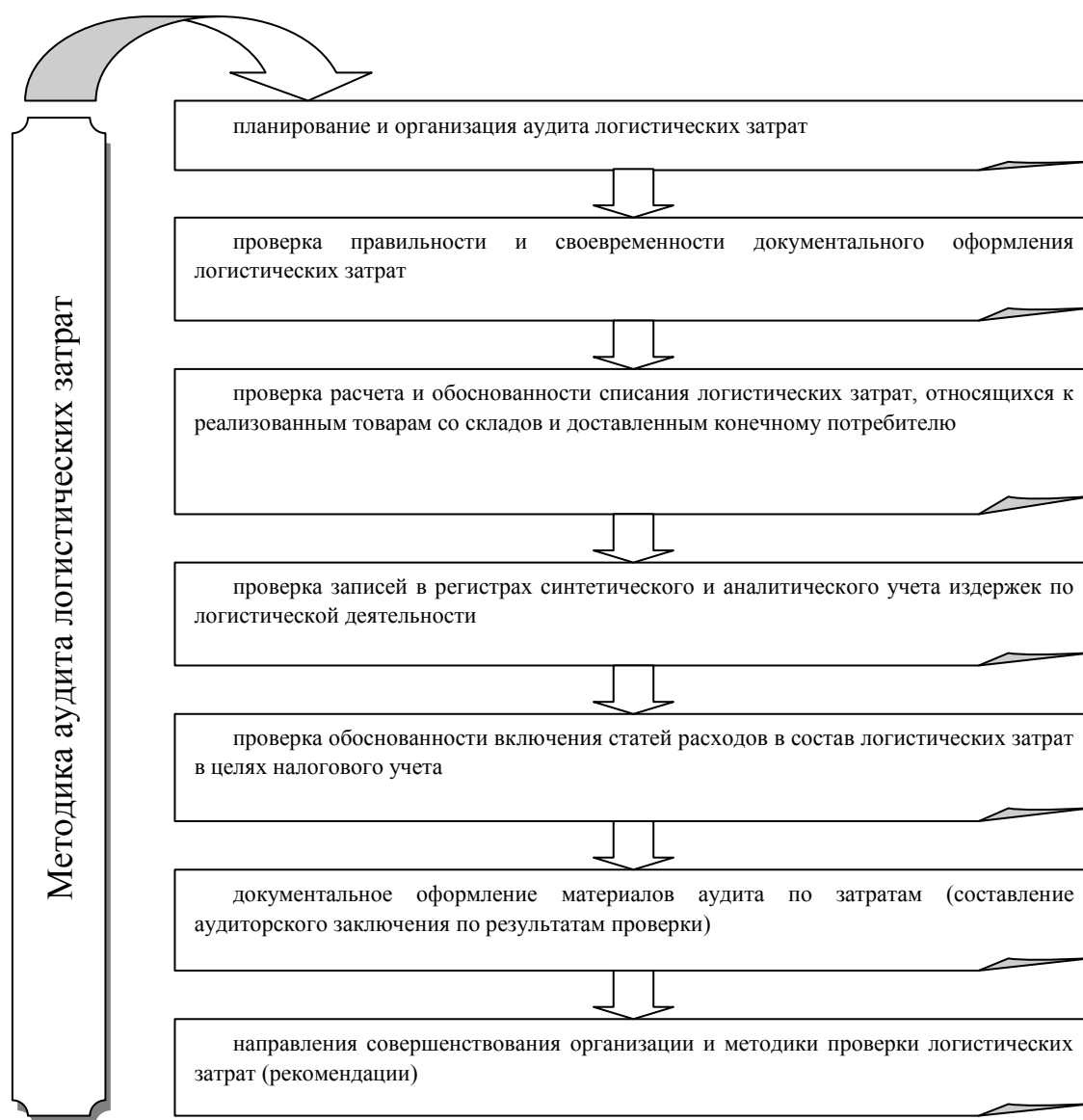


Рисунок 3 – Методика аудита логистических затрат [6]

Таким образом, значение применяемых аналитических процедур в процессе аудита логистических затрат состоит в том, что они дают доказательства верности учета отдельных видов расходов и статей, позволяют дать оценку эффективности произведенных расходов как на дату составления отчетности, прошлые периоды, так и в обозримом будущем, а также помогают сконцентрировать внимание аудитора на наиболее важных моментах, на так называемых узких местах, что сокращает объем проверки, ее трудоемкость, сроки и стоимость.

Масштабы применения аналитических процедур при аудите логистических затрат зависят от ряда факторов (рис. 4).

При оценке надежности аналитических процедур логистических затрат необходимо учитывать существенность статей отчетности и точность, с которой ожидаемые результаты аналитических процедур могут быть предсказаны. Например, ряд мелких затрат (канцелярские, на телефонные разговоры и др.) обычно не нуждаются в детализированной проверке, т.к. их сумма незначительна и риск фальсификации сравнительно мал [10].



Рисунок 4 – Факторы, от которых зависят масштабы аналитических процедур логистических затрат [11]

Аналитические процедуры в процессе аудита логистических затрат используются на всех этапах аудита (при планировании аудита, в процессе проверки, на заключительной стадии аудита).

В процессе планирования аудита логистических затрат на предприятиях необходимо поставить следующие задачи.

1. Определение сущности и содержания деловой активности аудируемой организации. Здесь оцениваются изменения, произошедшие за отчетный период. Если аудит проводится не впервые, то сравниваются учетные и отчетные данные текущего года с уже проверенной информацией прошлых лет [2]. Например, факторы, которые могут вызвать изменение логистических затрат, представлены на рисунке 5.

2. Определение зон возможных ошибок в учете логистических затрат. Для этого производится анализ структуры и динамики логистических затрат, списанных на реализованные товарные потоки и отраженных в общей сумме в Отчете о финансовых результатах. Существенные неожиданные разницы могут быть следствием преднамеренных и непреднамеренных ошибок в учете и отчетности [1].

Если сумма необычных колебаний велика, то аудитор должен установить, является ли это следствием воздействия нормальных экономических явлений (рост цен на услуги или снижение спроса на товары данной организации вызвали увеличение уровня логистических затрат и т.д.) или ошибкой (завышение суммы расходов вследствие неправомерного отнесения расходов на логистические издержки).

3. Сокращение детализированного тестирования. Если в ходе использования аналитических процедур на стадии планирования не обнаруживаются необычных колебаний, то возможность существенных ошибок в учете затрат можно считать минимальной. Следовательно, аудитор может сократить дальнейшее детальное тестирование по проанализированным объектам, что экономит его время и материальные затраты [13].

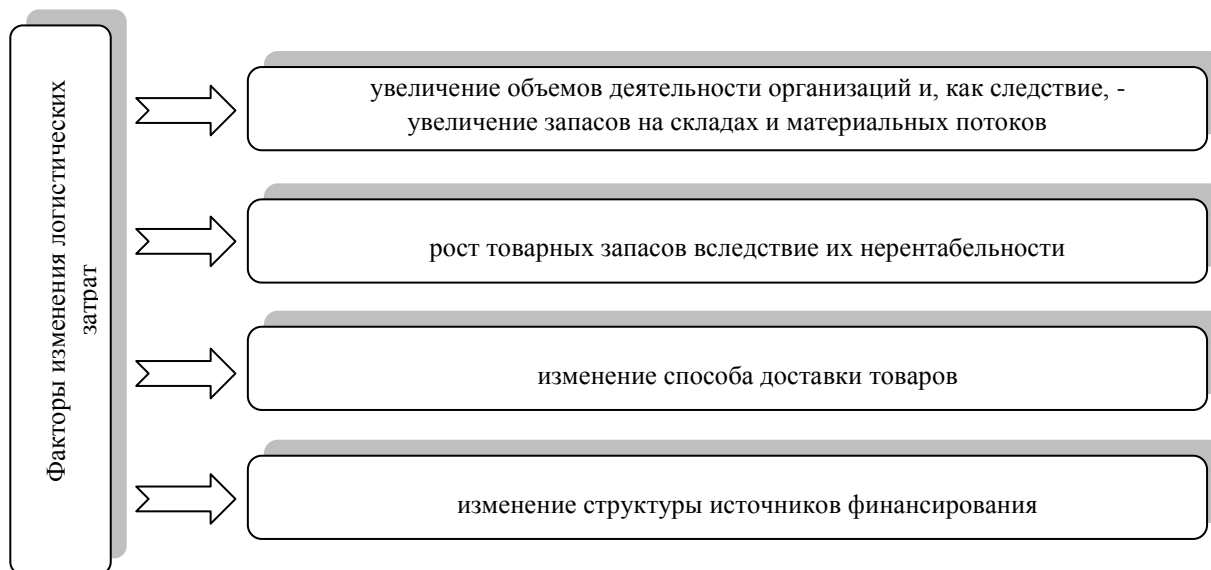


Рисунок 5 – Факторы, вызывающие изменение логистических затрат

При проверке аудитором логистической деятельности существуют источники информации о логистических затратах (рис. 6).

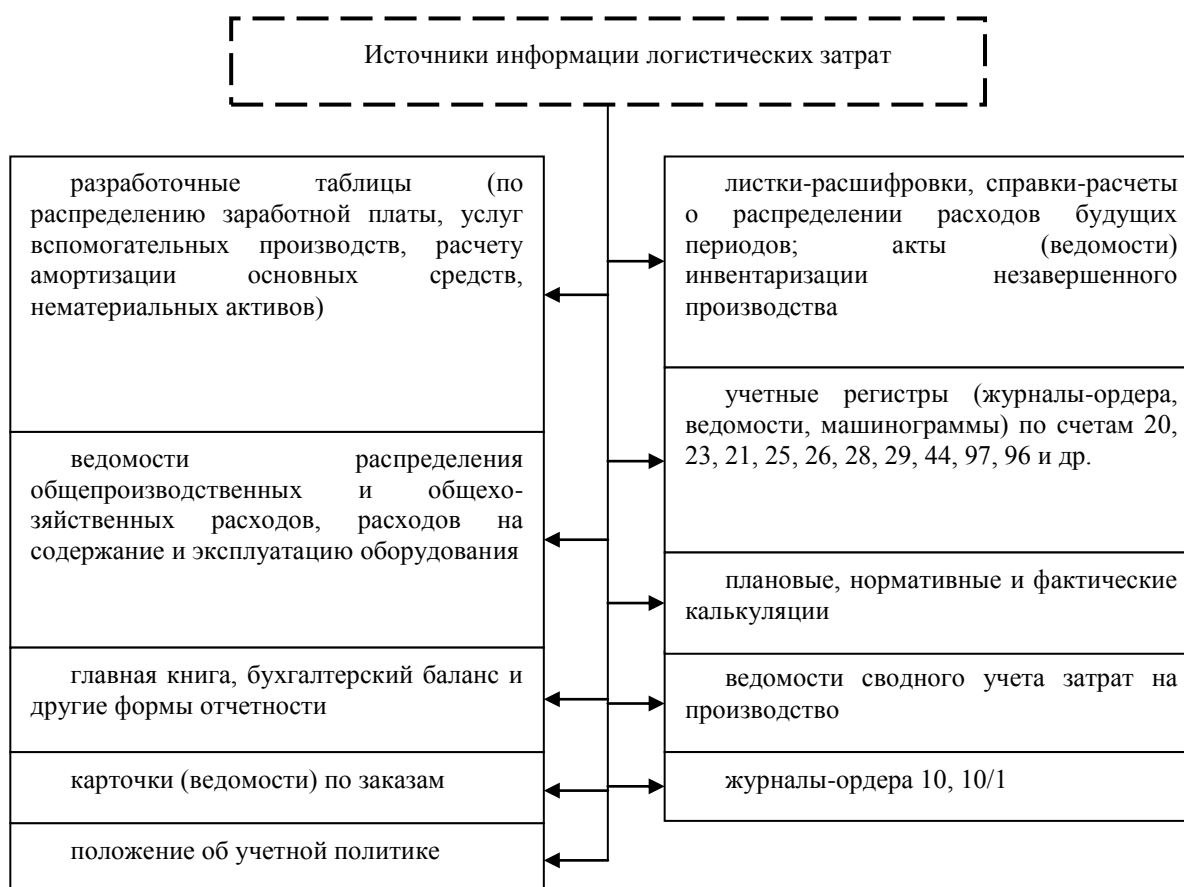


Рисунок 6 – Источники информации при аудите логистических затрат

Таким образом, своевременное и корректное отражение в учете логистических затрат играет важную роль, поскольку обеспечивает качественный учет таких расходов и соответствие законодательной базе РФ. Это позволяет выявить резервы снижения затрат в будущем, что напрямую влияет на общую стоимость при конечном потреблении продукции (товаров).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арабян, К.К. Организация и проведение аудиторской проверки [Текст] / К.К. Арабян. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.
2. Бычкова, С.М. Планирование в аудите [Текст] / С.М. Бычкова, А.В. Газарян. – М.: Финансы и статистика, 2011.
3. Бурцев, В.В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации [Текст] / В.В. Бурцев. – М.: ЭКЗАМЕН, 2011.
4. Вахорина, М.В. Регулирование российского аудита: современный этап [Текст] / М.В. Вахорина // Аудиторские ведомости. – 2010. – №12.
5. Гаджинский, А.М. Логистика: Учебник [Текст] / А.М. Гаджинский. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: «Дашков и К», 2012.
6. Крупченко, Е.А. Аудит. Учебник [Текст] / Е.А. Крупченко, О.И. Замышкова. – М.: Феникс, 2013.
7. Миротин, Л.Б. Эффективность логистического управления: учебник для вузов [Текст] / Л.Б. Миротин. – М.: «Экзамен», 2008.
8. Моисеева, Н.К. Экономические основы логистики [Текст] / Н.К. Моисеева. – М.: ИНФА-М, 2008.
9. Окландер, М.А. Промышленная логистика: учеб. пособие [Текст] / М.А. Окландер, О.П. Хромов. – К.: Центр учебной литературы, 2008.
10. Подольский, В.И. Аудит: учебник [Текст] / В.И. Подольский, А.А. Савин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2011.
11. Скобара, В.В. Аудит: методология и организация [Текст] / В.В. Скобара. – М.: «Дело и сервис», 2012.
12. Сотникова, Л.В. Внутренний контроль и аудит: учебное пособие [Текст] / Л.В. Сотникова. – М.: Статинформ, 2010.
13. Терехов, А.А. Контроль и аудит: основные методические приемы и технологии [Текст] / А.А. Терехов, М.А. Терехов. – М.: Финансы и статистика, 2012.

Алимов Сергей Александрович

ФГБОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК»

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение»

302040, г. Орел, Наугорское шоссе, 40

Тел.: (4862) 41-98-60

E-mail: alimov_sergei@mail.ru

S.A. ALIMOV

BASES OF AUDIT OF LOGISTIC EXPENSES

In article the conceptual framework and system of standard regulation of logistic expenses, the main objectives, control actions and a technique of audit of logistic expenses of the enterprise is considered.

Keywords: *logistics, logistic expenses, audit of logistic expenses*

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Arabjan, K.K. Organizacija i provedenie auditorskoj proverki [Tekst] / K.K. Arabjan. – M.: JuNITI-DANA, 2010.
2. Bychkova, S.M. Planirovanie v audite [Tekst] / S.M. Bychkova, A.V. Gazarjan. – M.: Finansy i statistika, 2011.
3. Burcev, V.V. Organizacija sistemy vnutrennego kontrolja kommercheskoj organizacii [Tekst] / V.V. Burcev. – M.: JeKZAMEN, 2011.
4. Vahorina, M.V. Regulirovanie rossijskogo audita: sovremennyj jetap [Tekst] / M.V. Vahorina // Auditorskie vedomosti. – 2010. – №12.
5. Gadzhinskij, A.M. Logistika: Uchebnik [Tekst] / A.M. Gadzhinskij. – 11-e izd., pererab. i dop. – M.: «Dashkov i K», 2012.
6. Krupchenko, E.A. Audit. Uchebnik [Tekst] / E.A. Krupchenko, O.I. Zamyckova. – M.: Feniks, 2013.
7. Mirotin, L.B. Jeffektivnost' logisticheskogo upravlenija: uchebnik dlja vuzov [Tekst] / L.B. Mirotin. – M.: «Jekzamen», 2008.
8. Moiseeva, N.K. Jekonomicheskie osnovy logistiki [Tekst] / N.K. Moiseeva. – M.: INFA-M, 2008.
9. Oklander, M.A. Promyshlennaja logistika: ucheb. posobie [Tekst] / M.A. Oklander, O.P. Hromov. – K.: Centr uchebnoj literatury, 2008.
10. Podol'skij, V.I. Audit: uchebnik [Tekst] / V.I. Podol'skij, A.A. Savin. – 3-e izd., pererab. i dop. – M.: Izdatel'stvo Jurajt, 2011.
11. Skobara, V.V. Audit: metodologija i organizacija [Tekst] / V.V. Skobara. – M.: «Delo i servis», 2012.
12. Sotnikova, L.V. Vnutrennij kontrol' i audit: uchebnoe posobie [Tekst] / L.V. Sotikova. – M.: Statinform, 2010.
13. Terehov, A.A. Kontrol' i audit: osnovnye metodicheskie priemy i tehnologii [Tekst] / A.A. Terehov, M.A. Terehov. – M.: Finansy i statistika, 2012.

Alimov Sergej Aleksandrovich

State University-ESPC

Candidate of economic sciences, associate professor department of «Accounting and the taxation»

302040, Orel, Naugorskoe highway, 40

Ph.: (4862) 41-98-60

E-mail: alimov_sergei@mail.ru

УДК 336.61

В.Е. АНДРЕЕВ

**ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ ИНДИКАТОРОВ РАЗЛИЧНЫХ
ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И
ВЫЯВЛЕНИЕ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ МЕЖДУ НИМИ**

В данной статье проводится выявление взаимосвязей между различными отраслями экономики Российской Федерации посредством сравнения отраслевых индексов Московской биржи. Проанализирована динамика отраслевых индексов в течение трех периодов: докризисного, кризисного и посткризисного. Определение относительной скорости изменения между отраслевыми индексами позволило выявить более успешные и, напротив, отстающие отрасли, а также оценить возможный потенциал их дальнейшего роста.

Ключевые слова: фондовый рынок, отраслевые индексы, корреляция фондовых индексов, коэффициент β , ММВБ

В настоящее время фондовый рынок Российской Федерации прочно занял своё место в структуре Мировой экономики. Его изучение представляется особенно актуальным, в связи с тенденцией к привлечению в государственную экономику сбережений и накоплений рядовых граждан, в качестве розничных инвесторов. Подобная трансформация временно свободного частного капитала в инвестиции создаёт новые горизонты для расширения сфер влияния фондового рынка, укрепляет его позиции, а, соответственно, и позиции государства в мировой экономике.

Для лучшего понимания закономерности процессов, происходящих на фондовом рынке, необходимо опираться на анализ большого числа различных факторов, в том числе исторического опыта, как российского, так и иностранных рынков. Чёткое понимание процессов, происходящих на фондовом рынке возможно только после детального рассмотрения их на различных уровнях Мировой экономики. В статье рассмотрен анализ фондового рынка России на отраслевом (т.е. мезо) уровне, а исследование на макроуровне проводилось автором в работе «Исследование взаимосвязей мировых фондовых индексов как метод анализа российского фондового рынка» [1].

Сравнение динамики различных отраслей возможно провести по абсолютным или относительным показателям. В качестве абсолютного показателя выступает суммарная стоимость (капитализация) компаний одного сектора, акции которых торгуются на фондовом рынке. На рисунке 1 приведена капитализация основных секторов экономики России по данным информационного агентства «РосБизнеКонсалтинг» [3].

Очевидно, что по абсолютным значениям выделяется нефтегазовый сектор, который за последние 5,5 лет по суммарной капитализации составляет порядка 50 % всех секторов экономики России, представленных на фондовом рынке. Далее следуют финансовый, электроэнергетический и металлургический секторы, капитализация которых находится примерно на одном уровне. Минимальная капитализация выявлена у химического сектора. В 2011 году она достигла уровня телекоммуникационного сектора, хотя до этого существенно отставала.

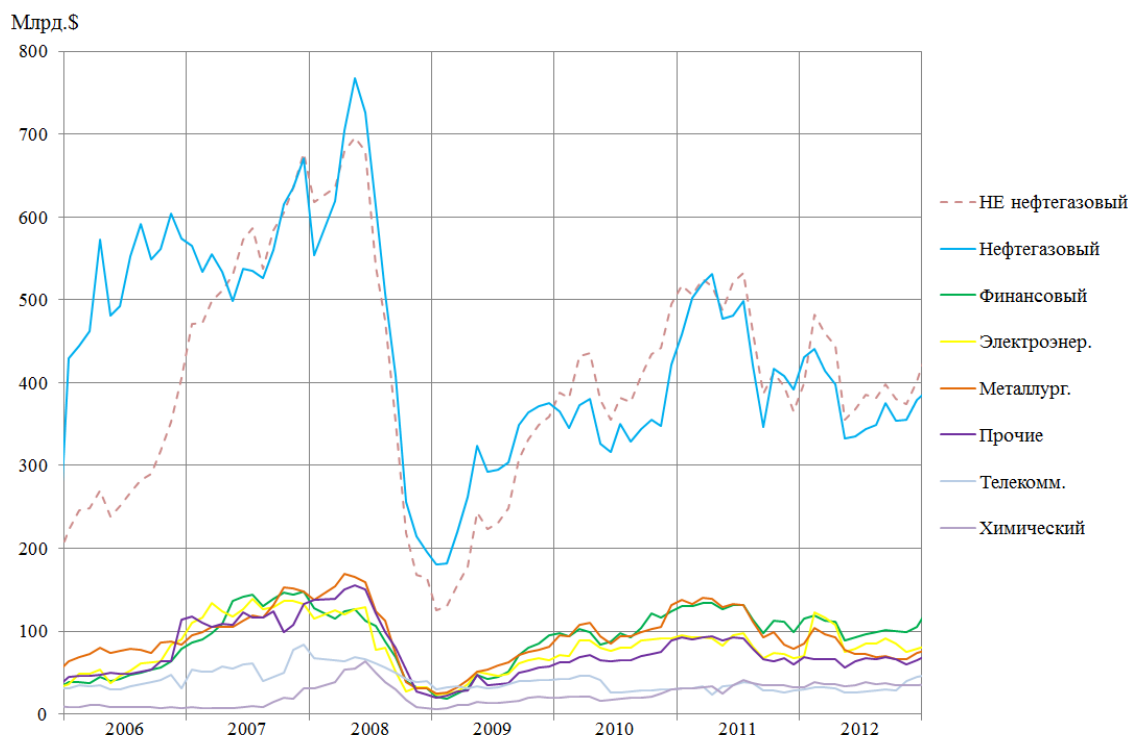


Рисунок 1 – Рыночная капитализация секторов экономики Российской Федерации в 2006-2012 гг. (Источник РБК, расчёты автора)

Тенденции изменения капитализации различных секторов на протяжении всего исследования схожи, но при одном лишь визуальном анализе однозначно выделить динамику какого-то конкретного сектора экономики невозможно. Несмотря на то, что с помощью отраслевого анализа по абсолютным показателям можно оценить реальную стоимость всех компаний конкретного сектора, с нашей точки зрения, у данного анализа существует 3 основных недостатка:

1. Частному инвестору сложно отследить информацию по стоимости всех акций, торгуемых на бирже (на 31.12.2012 г. на Московской бирже торгуются акции 292 эмитентов [6]).

2. На российском рынке акций в каждом секторе присутствует несколько компаний с высокой капитализацией, то даже существенные изменения стоимости акций других компаний, с относительно небольшой капитализацией, не влияют на капитализацию сектора в целом, т.е. прослеживается выраженная зависимость капитализации сектора от 1-3 эмитентов.

3. Без приведения общей капитализации секторов к какому-либо общему значению, сравнение динамики разных отраслей затруднительно, т.к. стоимость разных секторов существенно отличается.

Данные недостатки можно устранить, проведя исследование отраслей по относительным показателям (индексам). До конца 2004 года у большинства российских инвесторов не было такой возможности, т.к. не существовало общедоступных отраслевых индексов. С 30 декабря 2004 г. на Московской Межбанковской Валютной Бирже (ММВБ) стали рассчитывать относительные отраслевые индексы, а с 11 января 2005 г. аналогичные индексы стала рассчитывать вторая крупнейшая биржа России: Российская Торговая Система (РТС).

Принципиальная разница отраслевых индексов заключается в том, что для расчёта на ММВБ применяется стоимость акций компаний, выраженная в российских рублях, а на РТС – в долларах США. Помимо этого, ранее несколько отличалась база расчётов данных

индексов. После объединения двух бирж в декабре 2011 года Московская биржа ввела общую базу расчёта, однако, расчёт обоих типов индексов по-прежнему происходит в разных валютах. Нами принято решение, произвести исследование секторов российской экономики с помощью отраслевых индексов ММВБ, т.к. именно на этой бирже до объединения происходили основные торги акциями российских компаний.

Отраслевые индексы представляют собой ценовые взвешенные по рыночной капитализации индексы наиболее ликвидных акций российских компаний, котируемых на Московской бирже. Проанализировав методику расчёта отраслевых индексов, доступную на официальном сайте Московской биржи [5], можно сделать вывод о том, что при расчёте отраслевых индексов в ММВБ решились на некий компромисс: с одной стороны, индексы рассчитываются по взвешенному методу, т.е. зависят от капитализации компаний, акции которых входят в расчёт индекса, с другой стороны, влияние наиболее крупных из них искусственно уменьшено ограничивающим коэффициентом.

Список отраслевых индексов ММВБ представим в таблице 1.

Таблица 1 – Отраслевые индексы ММВБ, используемые в исследовании

Полное название отраслевого индекса	Сокращённое обозначение индекса	Дата начала расчёта	Начальное значение
ММВБ (общий)*	ММВБ	22.09.97	100
Нефть и газ	Нефтегазовый	30.12.04	1000
Финансы	Финансовый	30.12.04	1000
Электроэнергетика	Электроэнер.	30.12.04	1000
Металлургия и горнодобыча	Металлург.	30.12.04	1000
Потребительские товары и услуги	Потребит.	30.12.04	1000
Телекоммуникации	Телекомм.	30.12.04	1000
Машиностроение	Машиностр.	30.12.04	1000
Химия и нефтехимия	Химический	29.12.06	3500

*При расчёте средних значений всех коэффициентов, указываемых в конце каждой таблицы, значения коэффициентов индекса ММВБ учитываться не будут.

В таблице 1 укажем: полное название отраслевого индекса, сокращённое обозначение индекса для таблиц и рисунков, дату начала расчёта индекса и начальное значение на эту дату.

На 30.12.04 г. значение индекса ММВБ составляло 552,2 пункта, что почти в 2 раза меньше начальных значений отраслевых индексов. В связи с этим приведём значения индекса ММВБ к значениям большинства отраслевых индексов на начало исследования. Коэффициент приведения для индекса ММВБ рассчитаем по формуле:

$$K_{\text{ММВБ}} = \frac{N_{\text{ОИ}}}{N_{\text{ММВБ}}} = \frac{1000}{552,2} = 1,81, \quad (1)$$

где $N_{\text{ОИ}}$ и $N_{\text{ММВБ}}$ – значения отраслевых индексов и индекса ММВБ на 30.12.2004 г. соответственно.

Для выявления взаимосвязей между отраслевыми индексами проведём корреляционный анализ (количественный метод определения тесноты и направления взаимосвязи между выборочными переменными величинами). Количественное значение данного метода выражается линейным коэффициентом корреляции (коэффициент корреляции Карла Пирсона), который рассчитывается по формуле 2 [2]:

$$r_{XY} = \frac{\text{cov}_{XY}}{\sigma_X \sigma_Y} = \frac{\Sigma(X - \bar{X})(Y - \bar{Y})}{\sqrt{\Sigma(X - \bar{X})^2(Y - \bar{Y})^2}}, \quad (2)$$

где $\bar{X} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$ и $\bar{Y} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n Y_i$ – средние значения выборок.

Коэффициент корреляции может принимать значения от -1 (полная обратная корреляция) до 1 (полная прямая корреляция). Преимуществом данного коэффициента является то, что величина коэффициента корреляции не зависит от единиц измерения независимых величин, т.е. значение данного коэффициента не будет изменяться в случае приведения индексов к какому-либо значению. Для наглядности коэффициент корреляции также можно выражать в процентах, при этом значению 1 соответствует 100%, значению -1, соответственно -100%. Для оценки корреляционной связи в зависимости от величины коэффициента корреляции существуют несколько шкал, однако наибольшее распространение получила шкала английского статистика Чеддока, представленная в таблице 2.

Таблица 2 – Шкала Чеддока для оценки корреляционной связи

г	Интерпретация
0,1 ÷ 0,3	Умеренная
0,3 ÷ 0,5	Слабая
0,5 ÷ 0,7	Заметная
0,7 ÷ 0,9	Высокая
0,9 ÷ 1,0	Весьма высокая

Недостатком коэффициента корреляции является то, что он не отражает скорость изменения одного индекса относительно другого, т.е. при максимальной корреляции скорость изменения индексов может отличаться в несколько раз.

Для оценки скорости изменения индексов рассчитаем коэффициент β – показатель, являющийся мерой изменения скорости одного актива (индекса) относительно другого – эталонного.

Коэффициент β является отношением ковариации рассматриваемых величин к дисперсии эталонного актива соответственно [4]:

$$\beta_Y = \frac{\text{cov}_{XY}}{\text{Var}_X} = \frac{\text{cov}_{XY}}{\text{cov}_{XX}} = \frac{\Sigma(X - \bar{X})(Y - \bar{Y})}{\Sigma(X - \bar{X})^2}, \quad (3)$$

где Y – оцениваемая величина, для которой вычисляется коэффициент β ,
 X – эталонная величина, с которой происходит сравнение,
 COV_{XY} – ковариация оцениваемой и эталонной величины,
 Var_X – дисперсия эталонной величины.

В отличие от коэффициента корреляции, данный коэффициент меняется в зависимости от приведения, т.е. для одних и тех же индексов, но взятых в разном масштабе, получают различные значения коэффициента. Мы рассчитаем изменение скорости отраслевых индексов относительно приведённых значений индекса ММВБ. В таком случае, в качестве эталонного индекса будет выступать приведённый индекс ММВБ.

Значения $\beta_Y > 1$ будут означать, что отраслевой индекс изменяется быстрее индекса ММВБ, а $0 < \beta_Y < 1$ соответственно, наоборот.

В таблице 3 представим ключевые значения отраслевых индексов с 30.12.2004 г. по 31.12.2012 г., коэффициенты относительного прироста индексов ΔP и диапазона ΔD за этот период, значения коэффициентов корреляции с индексом ММВБ ($r_{ММВБ}$), средние значения корреляции с отраслевыми индексами ($\bar{r}_{ОИ}$) и значения коэффициента изменения отраслевых индексов относительно индекса ММВБ (β_N).

Таблица 3 – Ключевые значения и коэффициенты взаимосвязи и сопоставления отраслевых индексов Российской Федерации

Индекс	Значение на		ΔP , %	Миним. закрытие		Максим. закрытие		ΔD , %	$r_{ММВБ}$, %	$\bar{r}_{ОИ}$, %	β_Y
	30.12. 2004 г.	31.12. 2012 г.		знач.	дата	знач.	дата				
ММВБ*	1000	2671	167,1	930	10.08	3567	12.07	283,5	100,0	82,3	1,00
Нефтегазовый	1000	3306	230,6	884	10.08	3507	04.11	296,8	86,1	72,5	0,81
Финансовый	1000	4602	360,2	952	01.05	7614	01.11	699,6	93,8	80,3	2,48
Электроэнер.	1000	1708	70,7	727	01.09	4100	02.07	463,5	87,1	70,3	1,15
Металлург.	1000	2909	190,9	778	11.08	6148	01.11	690,5	78,2	76,1	1,47
Потребит.	1000	4974	397,3	985	01.05	6189	12.10	528,4	73,9	74,6	1,42
Телекомм.	1000	2157	115,7	575	11.08	2713	12.07	371,5	92,4	80,7	0,77
Машиностр.	1000	2004	100,4	468	02.09	3748	01.08	701,3	89,6	69,6	1,05
Химический**	3500	7839	124,0	1307	01.09	10627	06.08	713,3	46,5	58,8	1,68
Среднее значение	-	3687	198,7	835	-	5581	-	558,1	80,9	72,9	1,35

*Для индекса ММВБ указаны приведённые значения

** индекс «Химия и нефтехимия» рассчитывается с 29.12.2006 г., все показатели данного индекса и взаимосвязи с индексом ММВБ рассчитываются с этой даты.

Коэффициент относительного прироста показывает, на сколько процентов изменился индекс за время исследования, рассчитывается по формуле 4:

$$\Delta P = (Z / N - 1) \cdot 100\%, \quad (4)$$

где Z – значение индекса на конец исследования,

N – значение индекса на начало исследования.

Коэффициент диапазона показывает относительную разницу между максимальным и минимальным значением индекса в рассматриваемом временном периоде, выражаемую в процентах, рассчитывается по формуле 5:

$$\Delta D = (MAX / MIN - 1) \cdot 100\%, \quad (5)$$

где MAX – максимальное значение индекса в рассматриваемом периоде,

MIN – минимальное значение индекса в рассматриваемом периоде.

На рисунке 2 изобразим графики значений отраслевых индексов с 30.12.2004 г. по 31.12.2012 г.

В качестве значений всех индексов использованы дневные «цены закрытия»,

доступные на официальном сайте Московской биржи [5].

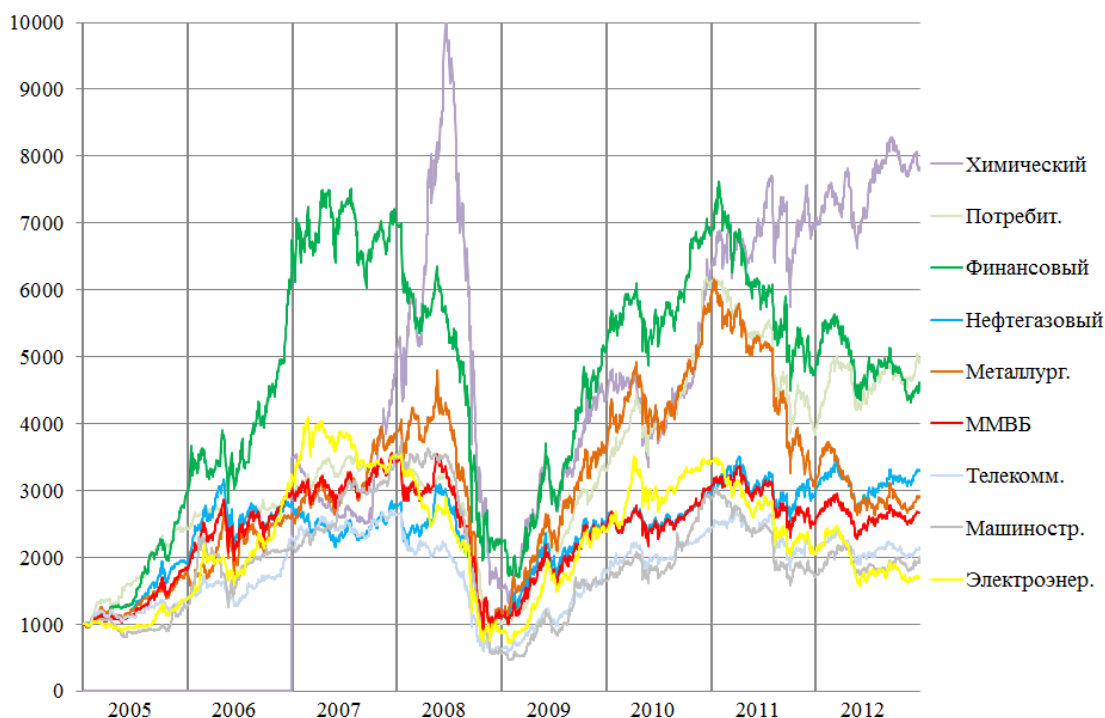


Рисунок 2 – Значения отраслевых индексов России с 30.12.2004 г. по 31.12.2012 г.
(Источник Московская биржа, расчёты автора)

Как видно из таблицы 3, диапазон значений отраслевых индексов достаточно высок и составляет от 296,8 % до 713,3 %, при показателе индекса ММВБ 283,5 %, т.е. меньше минимального диапазона отраслевых индексов. Абсолютно все отраслевые индексы на дату конца исследования превысили свои начальные значения, однако прирост отличается весьма существенно. Меньше всех вырос индекс электроэнергетического сектора (70,7 %), затем следуют индексы машиностроительного, телекоммуникационного, химического, и металлургического секторов со значением прироста до 200 %. В лидерах роста – нефтегазовый сектор с приростом в 230,6 %, а также финансовый и потребительский секторы со значениями 360,2 % и 397,3 % соответственно.

Большинство отраслевых индексов показали свои минимальные значения в пик кризиса в октябре 2008 г. – феврале 2009 г. Исключение составили только финансовый и потребительский сектор с минимальными значениями в январе 2005 г., т.е. в первый месяц существования отраслевых индексов. Свои максимальные значения половина индексов (электроэнергетический, телекоммуникационный, машиностроительный и химический) показали до кризиса в 2007 – 2008 гг., а остальные индексы – в декабре 2010 г. - апреле 2011 г.

При рассмотрении взаимосвязей на всём временном интервале можно сделать вывод о том, что в целом отраслевые индексы достаточно сильно связаны как друг с другом (в среднем корреляция больше 70 %), так и с индексом ММВБ (более 73 %). Исключение составляет только индекс химической отрасли с корреляцией 46,5 % с индексом ММВБ и 58,8 % с другими отраслями. Меньшую корреляцию можно объяснить тем, что данный индекс стал рассчитываться позже других на 2 года, при этом произошёл бурный рост рыночной стоимости компаний, входящих в расчёт данного индекса в первые годы его существования. Немного медленнее индекса ММВБ изменяются индексы нефтегазового и телекоммуникационного секторов. Скорость изменения остальных индексов выше. Особенно выделяется финансовый сектор, индекс которого изменяется в 2,48 раза быстрее индекса

ММВБ.

По данным рисунка 2 и таблицы 3 отчетливо прослеживается различная динамика изменения отраслевых индексов. В связи с этим логично разделить временные рамки нашего исследования на 3 периода и провести подробный анализ каждого периода в отдельности:

- I. Докризисный: 30.12.2004 г. – 30.06.2008 г. (3,5 года);
- II. Кризисный: 01.07.2008 г. – 30.06.2009 г. (1 год);
- III. Посткризисный 01.07.2009 г. – 31.12.2012 г. (3,5 года).

Для обозначения принадлежности значений и коэффициентов к конкретному временному этапу, используем верхний индекс с римской цифрой, соответствующий указываемому периоду.

Далее рассмотрим взаимосвязи отраслевых индексов в докризисном и кризисном периодах. Для данных этапов автором предложены следующие оригинальные коэффициенты сопоставления, показывающие насколько изменились индексы в каждом периоде исследования:

1. $\frac{MAX^I}{N}$ – отношение максимального докризисного значения к начальному. Данный коэффициент показывает, во сколько раз вырос индекс в докризисном периоде;

2. $\frac{MAX^I}{MIN^{II}}$ – отношение максимального докризисного значения к минимальному значению в момент кризиса. Коэффициент показывает, во сколько раз снизился индекс с максимальных значений в момент кризиса;

3. $\frac{MIN^{II}}{N}$ – отношение минимального значения в момент кризиса к начальному значению индекса. Коэффициент показывает, во сколько раз изменился индекс в пик кризиса, по отношению к начальному значению.

Результаты расчётов коэффициентов взаимосвязи и сопоставления для данных этапов представим в таблице 4.

Таблица 4 – Коэффициенты взаимосвязи и сопоставления отраслевых индексов в докризисном (I) и кризисном (II) периодах

Индекс	$r_{ММВБ}^I$	$\bar{r}_{ОИ}^I$	β_Y^I	$\frac{MAX^I}{N}$	$r_{ММВБ}^{II}$	$\bar{r}_{ОИ}^{II}$	β_Y^{II}	$\frac{MAX^I}{MIN^{II}}$	$\frac{MIN^{II}}{N}$
ММВБ	100,0%	84,9%	1,00	3,57	100,0%	96,5%	1,00	3,84	0,93
Нефтегазовый	89,1%	71,7%	0,65	3,17	96,2%	89,3%	0,82	3,59	0,88
Финансовый	94,9%	66,6%	2,58	7,51	96,9%	94,7%	1,77	4,40	1,71
Электроэнер.	91,2%	62,2%	1,21	4,10	97,2%	94,6%	0,91	5,64	0,73
Металлург.	92,1%	84,9%	1,15	4,80	99,0%	94,6%	1,41	6,17	0,78
Потребит.	95,4%	70,7%	0,83	3,57	95,5%	93,0%	1,10	3,61	0,99
Телекомм.	91,8%	66,3%	0,62	2,71	99,1%	96,2%	0,71	4,71	0,58
Машиностр.	91,3%	82,9%	1,05	3,75	93,1%	92,1%	1,37	8,01	0,47
Химический*	33,0%	-6,2%	3,61	3,04	94,8%	93,1%	3,60	8,13	0,37
Среднее значение	84,9%	62,4%	1,46	4,08	96,5%	93,5%	1,46	5,53	0,81

* индекс «Химия и нефтехимия» рассчитывается с 29.12.2006 г., все показатели данного индекса и взаимосвязи с индексом ММВБ рассчитываются с этой даты.

При рассмотрении докризисного этапа можно выделить сильную взаимосвязь большинства отраслевых индексов как друг с другом, так и с индексом ММВБ (более 80 %). При этом у индекса нефтегазовой отрасли наблюдается несколько меньшая корреляция (65 % - 89 %), а выделяется сектор химии и нефтехимии, который с частью индексов имеет достаточно сильную прямую корреляцию, а с другими, напротив, сильную обратную корреляцию. В докризисном периоде медленнее индекса ММВБ изменялись не только индексы нефтегазовой и телекоммуникационной отраслей, но и индекс потребительского сектора.

В кризисный период степень корреляции между индексами возрастает. Минимальная корреляция наблюдается у нефтегазового сектора с машиностроительным (80 %), химическим (84 %), а также финансовым сектором (88 %). Между остальными секторами корреляция составляет более 90 %, в некоторых случаях доходя до 99 %!

В пик кризиса индекс ММВБ снизился в 3,84 раза, по сравнению со своим максимальным докризисным значением. Меньше индекса ММВБ снизились только нефтегазовый и потребительский сектора (в 3,6 раза). Больше всех относительное снижение показали машиностроительный и химический секторы, которые снизились более чем в 8 раз со своих максимальных значений. Остальные отраслевые индексы снизились в 4,4-6,2 раза.

Из всех рассматриваемых индексов, только индекс финансовой отрасли в пик кризиса не опустился ниже значения на начальную дату исследования. Больше всех по этому показателю снизились машиностроительный (более чем в 2 раза) и телекоммуникационный секторы. В целом, скорость изменения индексов соответствует докризисному этапу, а их отклонения являются незначительными.

Далее рассмотрим заключительный период – посткризисный. Для данного этапа введём следующие коэффициенты сопоставления:

1. $\frac{MAX^III}{MAX^I}$ – отношение максимального посткризисного значения к максимальному

докризисному. Данный коэффициент показывает, смог ли индекс превысить своё максимальное докризисное значение;

2. $\frac{Z}{MAX^III}$ – отношение значения на конец исследования к максимальному

посткризисному значению. Коэффициент показывает положение индекса на конец исследования, относительно посткризисного максимума.

Результаты расчётов коэффициентов взаимосвязи и сопоставления для данного этапа представим в таблице 5.

В данном периоде наблюдается весьма высокая корреляция у индекса ММВБ с потребительским, телекоммуникационным и машиностроительным секторами, а также между отдельными отраслевыми секторами. Между индексом ММВБ и электроэнергетическим и химическим секторами наблюдается умеренная корреляция, со значениями 56,3 % и 58,2 % соответственно. У других отраслей экономики корреляция с индексом широкого рынка составляет от 73,9 % до 85,8 %, т.е. высокая.

При сравнении между собой отраслевых индексов видно, что между ними корреляция заметно ниже, чем с индексом ММВБ. Высокая средняя корреляция наблюдается у финансового, потребительского, телекоммуникационного и машиностроительного секторов (от 71,1 % до 75,9 %), у нефтегазового и металлургического сектора средняя корреляция 58 % - 59 %, у электроэнергетического и химического секторов 46,2 % и 35,1 % соответственно. При анализе значений индексов в посткризисный период, низкую корреляцию электроэнергетического сектора можно объяснить тем, что с 2011 г. акции компаний данного сектора стали снижаться сильнее других, в итоге в конце нашего

исследования было показано минимальное значение среди всех индексов. Компании химического сектора, напротив, выглядят лучше остальных, а индекс находится на уровне максимальных посткризисных значений в конце нашего исследования.

Таблица 5 – Коэффициенты взаимосвязи и сопоставления отраслевых индексов в посткризисном периоде

Индекс	$r_{ММВБ}^{III}$	$\bar{r}_{ОИ}^{III}$	β_N^{III}	$\frac{MAX^{III}}{MAX^I}$	$\frac{Z}{MAX^{III}}$
ММВБ	100,0%	79,5%	1,00	0,94	0,79
Нефтегазовый	83,3%	58,0%	0,97	1,11	0,94
Финансовый	85,8%	71,1%	2,51	1,01	0,60
Электроэнер.	56,3%	46,3%	1,02	0,86	0,49
Металлург.	73,9%	58,7%	2,32	1,28	0,47
Потребит.	92,0%	74,9%	2,71	1,73	0,80
Телекомм.	94,7%	75,9%	1,03	0,98	0,81
Машиностр.	91,6%	75,5%	1,27	0,81	0,66
Химический	58,2%	35,1%	2,93	0,78	0,95
Среднее значение	79,5%	61,9%	1,84	1,07	0,72

Если рассмотреть корреляционные связи по годам, то в 2011 г. средняя корреляция отраслевых индексов составляла 75 % - 78 %, за исключением химического сектора, который в этом году показывал отличную динамику и не коррелировал с остальными отраслями, а также нефтегазового сектора со значением средней корреляции 68 %. В 2012 г. значения средней корреляции между отраслями уменьшились и составили всего 43 % - 67 %, а у химического сектора и вовсе порядка 10 %. Таким образом, именно в 2012 г. происходит снижение корреляции между отраслевыми индексами.

В посткризисном временном интервале все отраслевые индексы стремились приблизиться к своим максимальным докризисным значениям. Половина индексов смогли это сделать, причём если нефтегазовый, финансовый и металлургический секторы превысили свои максимальные значения в 1,01-1,28 раза, то потребительский сектор вырос в 1,73 раза. Телекоммуникационному сектору не хватило порядка 2 % до своего максимального докризисного значения, а остальным секторам несколько больше (14 % - 22 %). После установления своих максимальных посткризисных значений в I-ом квартале 2011 г. большинство индексов стало снижаться вплоть до конца нашего исследования (декабрь 2012 г.). Исключения составили: химический сектор, который рос «против» общего рынка и установил максимальное значение в конце III-го квартала 2012 г., а также нефтегазовый сектор, который в конце 2012 г. находится на максимальном уровне после кризиса. Остальные отраслевые индексы снизились на 19 % - 53 % от своих максимальных посткризисных значений, а индекс ММВБ снизился на 21 %. Относительно незначительное снижение индекса ММВБ можно объяснить тем, что по объёму капитализации нашего рынка нефтегазовый сектор занимает порядка 50 %, тем самым, динамика одного нефтегазового сектора смогла нивелировать снижение остальных отраслевых индексов.

На данном этапе скорость изменения индекса ММВБ практически равна скорости изменения нефтегазового, электроэнергетического и телекоммуникационного секторов. Немного быстрее (в 1,27 раза) изменяется индекс машиностроительной промышленности, а индексы остальных отраслей изменяются существенно быстрее индекса ММВБ (более чем в

2,3 раза).

Обобщив данные по всем периодам исследования можно сделать следующие выводы:

1. До кризиса 2008 г. все отрасли показывали существенный рост, при этом лучше других секторов экономики выглядел финансовый сектор. Крупные компании химической промышленности появились на фондовом рынке России позже остальных, в связи с этим отраслевой индекс «химии и нефтехимии» начал рассчитываться позже других ровно на 2 года. После введения нового отраслевого индекса он показал существенный рост, т.к. инвесторы оценили потенциал роста компаний химической отрасли очень высоко.

2. В пик кризиса 2008 г. все отраслевые индексы снизились до величины, меньшей начального значения расчёта индексов, за исключением финансового сектора, выросшего больше остальных в предыдущем периоде. Таким образом, фондовые индексы росли несколько лет, а снизились всего за несколько месяцев.

3. В посткризисном периоде только половина отраслевых индексов смогли превысить свои докризисные значения, а на конец нашего исследования лишь потребительский и нефтегазовый сектор находятся на значениях, выше максимальных докризисных. Рост на данном этапе продолжался до начала 2011 г., после чего большинство индексов стало снижаться, за исключением индекса химической промышленности.

4. Динамику существенно лучше индекса ММВБ показали химический, потребительский и финансовый секторы. Немного лучше так же выглядят нефтегазовый и металлургический секторы, причём индекс последнего сектора вплоть до начала 2011 г. показывал динамику на уровне лучших индексов, после чего снизился сильнее остальных, практически до уровня индекса ММВБ. Индексы машиностроительной, телекоммуникационной и электроэнергетической промышленности имеют динамику хуже сводного индекса ММВБ.

5. За исключением индекса химической отрасли, корреляция всех отраслевых индексов с индексом ММВБ находится на высоком уровне, однако в посткризисном этапе корреляционные связи заметно снижаются. Корреляция отраслевых индексов с индексом ММВБ в подавляющих случаях выше средней корреляции между отраслевыми индексами. Таким образом, можно сделать вывод о том, что динамика рыночной капитализации компаний каждой отрасли тесно связана с динамикой фондового рынка в целом, однако связь между компаниями разных отраслей существенно меньше. В связи с этим выбор отрасли экономики для инвестирования является особенно важным, т.к. их динамика может отличаться весьма существенно.

Данный анализ позволил выявить как отрасли «лидеры», так и отрасли «аутсайдеры». При этом для долгосрочного инвестора представляют интерес обе эти группы. Успешная отрасль в целом, и акции компаний, представляющие данную отрасль в частности, привлекательны тем, что могут показывать высокий рост капитализации и в будущем. Однако здесь инвестору нужно быть особенно аккуратным, т.к. любой рост рано или поздно заканчивается, особенно если компания до этого была сильно переоценена. Последующее падение стоимости её капитализации может быть сильным и очень быстрым, что можно отчётливо наблюдать на примере кризисного интервала. С другой стороны, отрасль может находиться в упадке не только по фундаментальным причинам, но и по временным, в таком случае именно данная отрасль может показать существенный рост за относительно короткий промежуток времени. Чтобы выявить причины «успешности» или, наоборот, «отсталости» отрасли, в дальнейшем следует провести фундаментальный анализ компаний данной отрасли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Виноходова, А.Ф. Исследование взаимосвязей мировых фондовых индексов как метод анализа российского фондового рынка [Текст] / А.Ф. Виноходова, В.Е. Андреев // Образование. Наука. Научные кадры. – 2012. – №4. – С.109-115.
2. Гмурман, В.Е. Теория вероятностей и математическая статистика: Учебное пособие для вузов [Текст] / В.Е. Гмурман. – М.: Высшая школа, 2004. – 479 с.
3. Информационное агентство «РосБизнесКонсалтинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://v1.quote.rbc.ru/rbc100/2012/12/index.shtml>
4. Ковалев, В.В. Учет, анализ и финансовый менеджмент: учеб.-метод. пособие / В.В. Ковалев, В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 688 с.
5. Московская биржа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://moex.com/>
6. World Federation of Exchanges [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://world-exchanges.org/>

Андреев Владимир Евгеньевич

Старооскольский технологический институт имени А.А. Угарова (Филиал) НИТУ «МИСиС», г. Старый Оскол
Аспирант
309516, Белгородская область, г. Старый Оскол, микрорайон им. Макаренко, 42.
Тел.: +7 905 6759256
E-mail: veandreev@bk.ru

V.E. ANDREEV

**THE STUDY OF THE DYNAMICS OF INDICATORS OF VARIOUS
BRANCHES OF ECONOMY OF THE RUSSIAN FEDERATION
AND DISCOVER RELATIONSHIPS BETWEEN THEM**

This article identification of correlations between sectoral of economy of the Russian Federation by means of comparison of sectoral indices of the Moscow exchange is carried out. The analysis of dynamics of sectoral indices during three periods - pre-crisis, crisis it self and post-crisis have been found. Determination of relative speed of change between branch indexes allowed to reveal more successful and lagging behind branches, and also to estimate the possible potential of their further growth.

Keywords: stock market, sectoral indices, correlation of indices, Beta coefficient, MICEX.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Vinohodova, A.F. Issledovanie vzaimosvjazej mirovyh fondovyh indeksov kak metod analiza rossijskogo fondovogo rynka [Tekst] / A.F. Vinohodova, V.E. Andreev // Obrazovanie. Nauka. Nauchnye kadry. – 2012. – №4. – S.109-115.
2. Gmurman, V.E. Teorija verojatnostej i matematicheskaja statistika: Uchebnoe posobie dlja vuzov [Tekst] / V.E. Gmurman. – M.: Vysshaja shkola, 2004. – 479 s.
3. Informacionnoe agentstvo «RosBiznesKonsalting» [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://v1.quote.rbc.ru/rbc100/2012/12/index.shtml>
4. Kovalev, V.V. Uchet, analiz i finansovyj menedzhment: ucheb.-metod. posobie / V.V. Kovalev, V.V. Kovalev. – M.: Finansy i statistika, 2006. – 688 s.
5. Moskovskaja birzha [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://moex.com/>
6. World Federation of Exchanges [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa <http://world-exchanges.org/>

Andreev Vladimir Evgenievich

Stary Oskol Technological Institute named after A.A. Ugarov branch of NUST «MISiS», Stary Oskol
Postgraduate student
309516, Belgorod region, Stary Oskol, microdistrict them. Makarenko, 42.
Ph.: +7 905 6759256
E-mail: veandreev@bk.ru

Н.Г. ВАРАКСА

АНАЛИЗ И УПРАВЛЕНИЕ НАЛОГОВЫМИ РИСКАМИ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ В РАМКАХ НАЛОГОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

В статье рассматривается классификация налоговых рисков, в частности риски по налогу на прибыль организаций, приводится механизм управления ими. Большинство рисков взаимосвязаны друг с другом, что требует применения системы мероприятий по их выявлению, анализу и предупреждению в целях обеспечения устойчивости системы налогообложения.

Ключевые слова: налоговые риски, система налогообложения, налог на прибыль организаций, налоговая безопасность.

Налоговая безопасность как элемент финансовой безопасности, определяющий устойчивость системы налогообложения, подвергается различным финансовым угрозам. Основной угрозой обеспечения налоговой безопасности являются налоговые риски. Большинство рисков налоговой безопасности связаны с формированием бюджета, т.е. с налоговыми поступлениями.

Налоговые поступления с точки зрения экономической и налоговой безопасности можно рассматривать с двух сторон: как источник дохода, способствующий укреплению системы безопасности государства, и как источник различных рисков для государства в целом и конкретного налогоплательщика в частности.

Одним из основных налоговых рисков для государства является риск снижения налоговых поступлений и возникновения дефицита бюджета. В связи с этим для управления, своевременного предупреждения налоговых рисунков необходимо их оценивать, анализировать.

Налоговые риски характеризуют аналогичные обстоятельства, характерные для обычных рисков:

- неопределенность;
- противоречивость;
- необходимость выбора альтернативного варианта и возможность оценки вероятности результатов альтернатив.

Неопределенность означает отсутствие уверенности в исходе того или иного события. Противоречивость подразумевает двойственность, т.е. положительный и отрицательный результат относительно взгляда на ситуацию. Возможность выбора альтернативы позволяет уменьшить риск при правильности выбора решения сложной ситуации [2].

Для комплексного анализа и изучения налоговых рисков необходимо их классифицировать (рис. 1).

Каждый риск, выделенный на рисунке 1, можно классифицировать по подвидам. Так, риск увеличения налоговой нагрузки, характерный для всех выделенных рисков, может включать следующие риски:

- риск роста налоговых ставок;
- риск изменения методики исчисления налога и роста налогооблагаемых баз;
- риск отмены налоговых льгот;
- риск введения новых налогов и др.



Рисунок 1 – Классификация рисков в рамках налоговой безопасности

Последствия риска увеличения налоговой нагрузки представлены на рисунке 2.

С одной стороны, расширение налоговой базы должно положительно отразиться на уровне налоговых поступлений, но с другой стороны, чем больше налоговая база, тем большую сумму налогов должен будет уплатить в бюджет налогоплательщик. Это, в свою очередь, может повлечь сокрытие части доходов, которые включаются в налоговую базу, т.е. возникнет риск сокрытия доходов и риск недополучения ожидаемых налоговых доходов [4].

Наиболее часто данные риски проявляются при уплате налога на прибыль организаций. Налоговой базой по налогу является прибыль, полученная

налогоплательщиком [3]. Ввиду наличия льгот по этому налогу велик риск сокрытия части прибыли, что повлечет занижение налоговой базы и снижение самого налога.

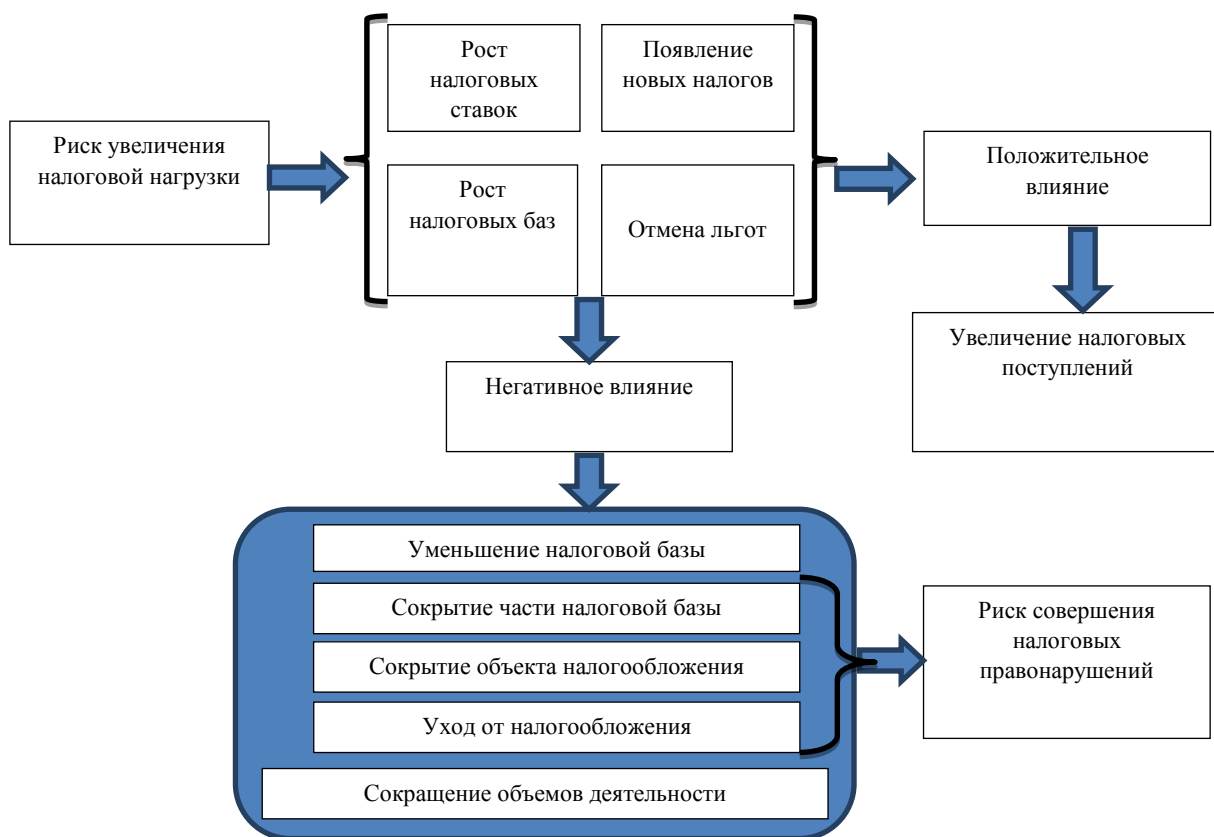


Рисунок 2 – Структура риска увеличения налоговой нагрузки

Для снижения этого риска проводятся мероприятия налогового контроля, основными из которых являются налоговые проверки. Камеральные проверки проводятся по декларациям всех налогоплательщиков. Объем проверяемой информации значителен, поэтому может возникнуть риск недостаточного контроля за налоговыми платежами (рис. 3).



Рисунок 3 – Риск недостаточного налогового контроля

Мероприятия по предупреждению и минимизации риска разрабатываются ФНС России на общегосударственном уровне. Каждый регион дополняет их в соответствии с особенностями налогообложения. Взаимодействие налоговых органов на макро – и микроуровне составляет комплексную систему по анализу и управлению налоговыми рисками.

При анализе рисков на региональном и местном уровнях можно выделить риск непредвиденных потерь доходов бюджетов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований в результате использования налоговых льгот. В современных реалиях требуется пересмотр установленного перечня льгот на их целесообразность и важность для развития экономики, конкретного сектора или группы налогоплательщиков. В последние годы льготы используют для минимизации налогообложения и уклонения от уплаты налогов, т.е. они не приносят того эффекта, который предусматривал механизм их введения.

Влияние на налоговые поступления по налогу на прибыль организаций оказывает и право изменения налоговой ставки. С целью увеличения объема налоговых поступлений законодательные органы субъектов Российской Федерации вправе изменить налоговую ставку по налогу на прибыль в части, зачисляемой в региональный бюджет.

Возможность применения пониженной ставки, установленной на уровне региона можно отнести к особенностям исчисления налога на прибыль организаций. Законодательство о налогах и сборах допускает понижение ставок законодательными органами субъектов РФ для отдельных категорий налогоплательщиков, но не более чем до 13,5% [3]. Рассмотрим данный риск для конкретного субъекта РФ – Орловской области.

Ставки налога на прибыль организаций в части, зачисляемой в бюджет Орловской области, для некоторых категорий налогоплательщиков составляют: 16,5%, 15% и 13,5%. В случае, если большее количество налогоплательщиков будет использовать пониженную налоговую ставку, чем предполагалось, то бюджет Орловской области может недополучить значительную сумму налоговых платежей (рис. 4).

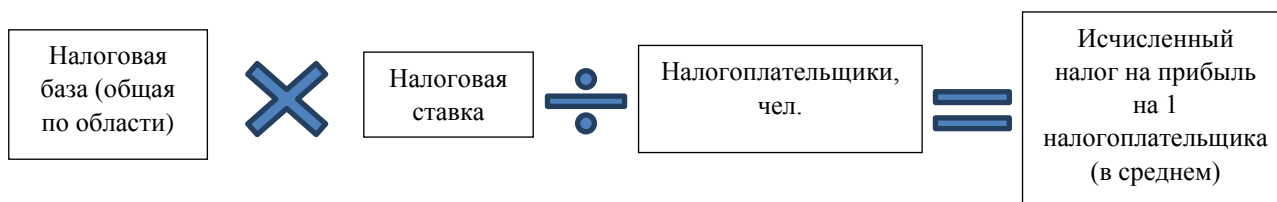


Рисунок 4 – Схема расчета среднего платежа по налогу на прибыль на одного налогоплательщика по данным ФНС России

Средний размер налога на прибыль при использовании стандартной ставки 20% на одного налогоплательщика составит 399 тыс. руб.

При использовании пониженной ставки 16,5% размер налога будет равен 330 тыс. руб. при налоговой базе в среднем на одного налогоплательщика 2000 тыс. руб.

При применении ставки 15% – 300 тыс. руб.,

При налоговой ставке 13,5% – 270 тыс. руб.

Из этого следует, что при применении пониженной ставки теряется от 17,5% до 32,5% налоговых поступлений в расчете на одного налогоплательщика, что негативно отразится как на бюджете области, так и на бюджете государства в целом, т.к. 2% от налоговых поступлений налога на прибыль зачисляются в федеральный бюджет (рис. 5).

В случае увеличения числа налогоплательщиков, имеющих право на использование пониженной ставки, бюджет области может недополучить значительную сумму налога.

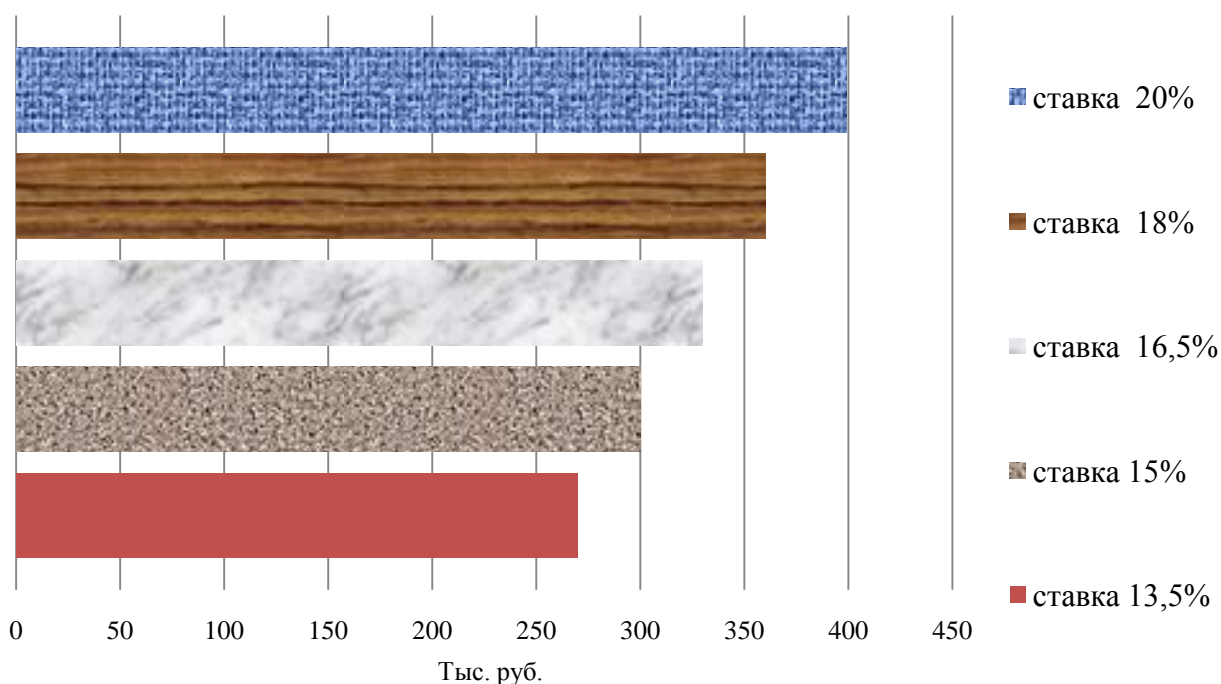


Рисунок 5 – Примерный размер налога на прибыль при применении различных налоговых ставок в расчете на одного налогоплательщика

Снижение поступлений по налогу на прибыль организаций происходит также из-за введения в Налоговом кодексе РФ положения о возможности создания консолидированных групп налогоплательщиков. По данным ФНС России в 2012 г. было создано 12 групп, а в 2013 г. – еще 4. В Орловской области – 22 участника консолидированных групп налогоплательщиков по налогу на прибыль организаций. Налоговые органы Орловской области осуществляют углубленный анализ данной категории налогоплательщиков, планирование и прогнозирование возможных выпадающих доходов. После чего, результаты исследования направляются в УФНС и на их основе разрабатываются механизмы управления.

Выпадающие доходы могут появиться и при переходе налогоплательщиков с общего режима налогообложения на специальные налоговые режимы в результате замены ряда налогов (налога на добавленную стоимость, налога на прибыль организаций (налога на доходы физических лиц), налога на имущество организаций (налога на имущество физических лиц)) единым налогом. С одной стороны, это положительно влияет на развитие субъектов малого предпринимательства, с другой стороны – требуется оперативный контроль за данными процессами в виду значительного количества налоговых правонарушений с налогоплательщиками, находящимися на специальных режимах налогообложения.

Практически для всех налогов характерны риски повышения уровня налоговых правонарушений. В частности это касается налогообложения прибыли. В Налоговом кодексе РФ используются нечеткие понятия, формулировки, которые недобросовестные налогоплательщики используют для сокрытия налоговой базы или объекта налогообложения, незаконного применения налоговых льгот или уклонения от уплаты налогов.

Для решения такой проблемы по минимизации и устранению риска налоговые органы сотрудничают с органами других ведомств, разрабатывают совместные мероприятия по снижению уровня правонарушений в сфере налогообложения, что способствует снижению вероятности возникновения риска.

Риски, возникающие в процессе налогообложения, взаимосвязаны друг с другом, что требует создания системы мероприятий по управлению рисками (рис. 6).



Рисунок 6 – Механизм по управлению рисками

Одним из основных способов управления налоговыми рисками является обеспечение стабильности законодательства о налогах и сборах, т.к. большинство рисков возникают в результате неточностей законодательных норм, их противоречия друг другу, постоянным внесением изменений, о которых не всегда осведомлены налогоплательщики.

В настоящее время для повышения налоговой грамотности налогоплательщиков налоговыми инспекциями проводится информационно-разъяснительная работа: семинары, вебинары, лекции, презентации. В МРИ ФНС России № 8 по Орловской области постоянно проводятся беседы с налогоплательщиками по поводу вносимых изменений в законодательство о налогах и сборах, объясняются спорные ситуации, рассматриваются сложные, неоднозначные моменты налогообложения; решается вопрос о создании отдела по управлению, прогнозированию налоговых рисков. В задачи данного отдела предполагается

включить меры по предотвращению налоговых рисков, прогнозированию их появления и последствий, разработку мер по их ликвидации. В настоящее время большинство функций по управлению рисками выполняет отдел аналитики, информатизации, правовой отдел. Но в связи с тем, что каждый из этих отделов регулирует риски в определенной области (отдел информатизации – риски информационного характера, правовой – риски изменений налогового законодательства и др.), поэтому необходимо создание единого отдела, деятельность которого будет носить комплексный характер и выявлять возможные налоговые риски, выработать мероприятия по их минимизации и устранению.

К деятельности отдела по борьбе с налоговыми рисками следует отнести минимизацию рисков налогового контроля. Федеральной налоговой службой России разработана и утверждена Концепция планирования выездных налоговых проверок, которая предусматривает новый подход к построению системы отбора объектов для проведения выездных налоговых проверок [1]. Согласно концепции в первую очередь проверяются такие налогоплательщики, которые соответствуют критериям риска совершения налоговых правонарушений. По налогу на прибыль организаций – это те налогоплательщики, которые используют большое количество льгот, у которых налоговая база каждый налоговый период значительно изменяется или они постоянно переходят с одного режима налогообложения на другой, т.д.

Таким образом, в целях обеспечения налоговой безопасности как элемента финансовой безопасности, определяющего устойчивость системы налогообложения, необходимо использовать системный подход для выявления, изучения, анализа, пресечения и последующего предупреждения возможных налоговых рисков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Концепция системы планирования выездных налоговых проверок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nalog.ru/rn77/taxation/reference_work/conception_vnp/
2. Мигунова, М.И. Оценка налоговых рисков: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.И. Мигунова, Т.А. Цыркунова. – Режим доступа: <http://www.vball5.ru/pub/editor/libr/Methodichki%20new/Krasnoyarsk/KGTE>
3. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая [Текст]. – Москва: Проспект, КноРус, 2013. – 800 с.
4. Попова, Л.В. Налоговый анализ: уч. пособ. для ВУЗов [Текст] / Л.В. Попова, Н.Г. Варакса, Е.Г. Дедкова. – Орел: ФГОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК», 2011. –165с.

Варакса Наталия Геннадьевна

ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК»

Доктор экономических наук, профессор кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение»

302020, г. Орел, Наугорское шоссе, 40

Тел.: (4862) 41-98-60

E-mail: konfer_2005@mail.ru

N.G. VARAKSA

ANALYSIS AND MANAGEMENT OF TAX RISK TAX UNDER THE TAX SECURITY OF THE COUNTRY

In the article the classification of tax risks, in particular risks on tax on profit of organizations, provides a mechanism for managing them. Most of the risks are interconnected with each other, this requires the application of the system of measures for their identification, analysis and prevention in order to ensure the sustainability of the tax system.

Keywords: tax risks, tax system, tax on profits, tax security.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Konceptija sistemy planirovaniya vyezdnyh nalogovyh proverok [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://www.nalog.ru/rn77/taxation/reference_work/conception_vnp/
2. Migunova, M.I. Ocenka nalogovyh riskov: uchebnoe posobie [Jelektronnyj resurs] / M.I. Migunova, T.A. Cyrkunova. – Rezhim dostupa: <http://www.vball5.ru/pub/editor/libr/Methodichki%20new/Krasnoyarsk/KGTE>
3. Nalogovyj kodeks Rossijskoj Federacii. Chasti pervaja i vtoraja [Tekst]. – Moskva: Prospekt, KnoRus, 2013. – 800 s.
4. Popova, L.V. Nalogovyj analiz: uch. posob. dlja VUZov [Tekst] / L.V. Popova, N.G. Varaksa, E.G. Dedkova. – Orel: FGOU VPO «Gosuniversitet – UNPK», 2011. –165s.

Varaksa Nataliya Gennad'evna

State University-ESPC

Doctor of economic sciences, professor of the department «Accounting and taxation»

302020, Orel, Naugorskoe sh., 40

Ph.: (4862) 41-98-60

E-mail: konfer_2005@mail.ru

МЕТОДИКА СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА СОВОКУПНОЙ НАЛОГОВОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ НА СУБФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЕ

В статье автором рассмотрена система информационного обеспечения налогового анализа на макроуровне, проанализирована задолженность по налогам и сборам в бюджетную систему Российской Федерации по основным видам экономической деятельности и по видам платежей, определены задачи факторного анализа совокупной налоговой задолженности на субфедеральном уровне, а также проведен корреляционно-регрессионный анализ задолженности по налогам и сборам.

Ключевые слова: методика, налоговый анализ, совокупная налоговая задолженность.

Для осуществления комплексного и объективного налогового анализа совокупной налоговой задолженности необходима достоверная информация.

Анализ динамики и структуры задолженности по налогам и сборам в бюджетную систему Российской Федерации в разрезе налогов и основных видов экономической деятельности проводится на основе отчета инспекции «О задолженности по налогам и сборам, пеням и налоговым санкциям в бюджетную систему Российской Федерации» (форма № 4-НМ) и отчета «О задолженности по налогам и сборам, пеням и налоговым санкциям в бюджетную систему Российской Федерации по основным видам экономической деятельности» (форма № 4-НОМ).

На рисунке 1 представлена система информационного обеспечения налогового анализа.



Рисунок 1 – Система информационного обеспечения налогового анализа на макроуровне

Аналогично анализу поступлений налогов, сборов и иных обязательных платежей, при анализе задолженности используются такие методы исследования, как горизонтальное сравнение, вертикальное определение структуры итоговых показателей, метод относительных показателей, факторный анализ.

При проведении анализа исследуются макроэкономические показатели, влияющие на изменение объема поступлений и задолженности:

- показатели финансового положения сельскохозяйственных предприятий. Ухудшение финансовых результатов деятельности организаций сопровождается увеличением убыточно работающих сельскохозяйственных организаций, и суммарный объем убытка, как правило, растет;
- состояние платежей и расчетов в экономике;
- просроченные кредиторская и дебиторская задолженности [1].

Глубина анализа, достоверность и объективность аналитических выводов обеспечиваются привлечением и аналитической обработкой разнообразных источников информации. Информационной базой проведения системного налогового анализа совокупной задолженности на субфедеральном уровне являются формы статистической налоговой отчетности, которые включают данные по всем налогоплательщикам независимо от формы собственности или организационно-правовой формы.

Порядок и сроки представления такой отчетности установлены в методических указаниях, в приказах и распоряжениях ФНС России. Налоговая отчетность, на базе которой будет осуществляться анализ деятельности налоговых органов, состоит из данных месячной, квартальной и годовой отчетности, утвержденной ФНС РФ [2].

Все формы статистической отчетности ведутся нарастающим итогом с начала года, если значение каких-либо показателей формы на отчетную дату меньше, чем на предыдущую, то одновременно с отчетом составляется пояснительная записка.

Стоимостные показатели в формах отчетности заполняются в рублях в целых числах, а все остальные показатели – в соответствии с единицами измерения, приведенными на бланках форм [3].

Основными документами для анализа задолженности по налогам и сборам являются следующие формы:

- № 4-НМ «Отчет о задолженности по налогам и сборам, пеням и налоговым санкциям в бюджетную систему РФ» (месячная);
- № 4-НОМ «Отчет о задолженности по налогам и сборам, пеням и налоговым санкциям в бюджетную систему РФ по основным видам экономической деятельности» (квартальная).

Форма № 4-НМ представляется налоговыми инспекциями 10-го числа месяца, следующего за отчетным периодом. Отчет составляется на первое число каждого месяца нарастающим итогом за период с начала года. В отчете по форме № 4-НМ приводятся данные с учетом имеющейся переплаты по налогам и по бюджетам.

На рисунке 2 представлена информация о задолженности, содержащаяся в различных разделах формы № 4-НМ.

Форма № 4-НОМ представляется налоговыми инспекциями ФНС России 12-го числа месяца, следующего за отчетным периодом, а по состоянию на 1 января – на два дня позднее указанного срока. Отчеты составляются нарастающим итогом с начала года по состоянию на первое число месяца, следующего за отчетным периодом.

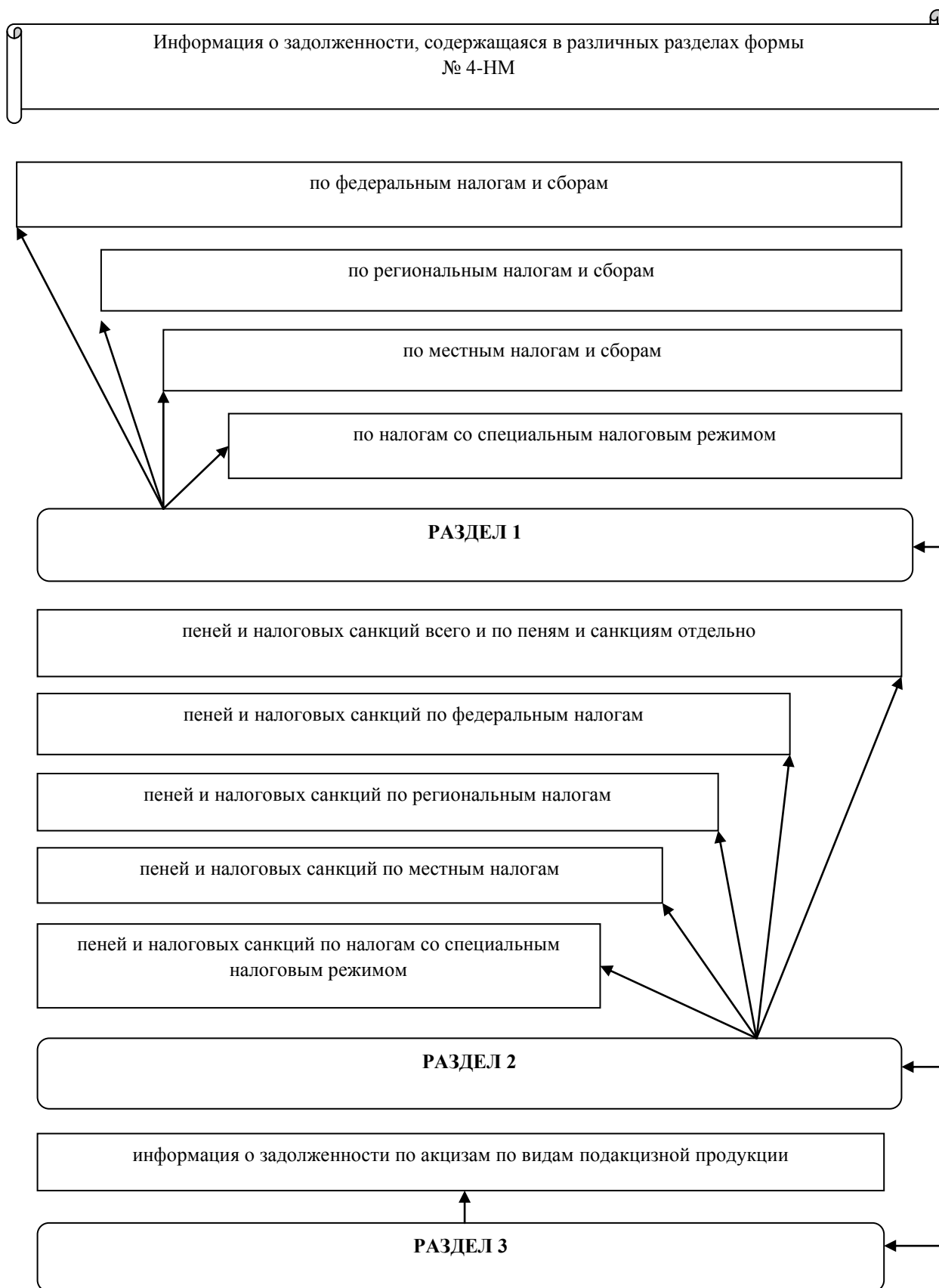


Рисунок 2 – Информация о задолженности, содержащаяся в различных разделах формы № 4-НМ

На рисунке 3 представлена информация о задолженности, содержащаяся в разделах формы № 4-НОМ.

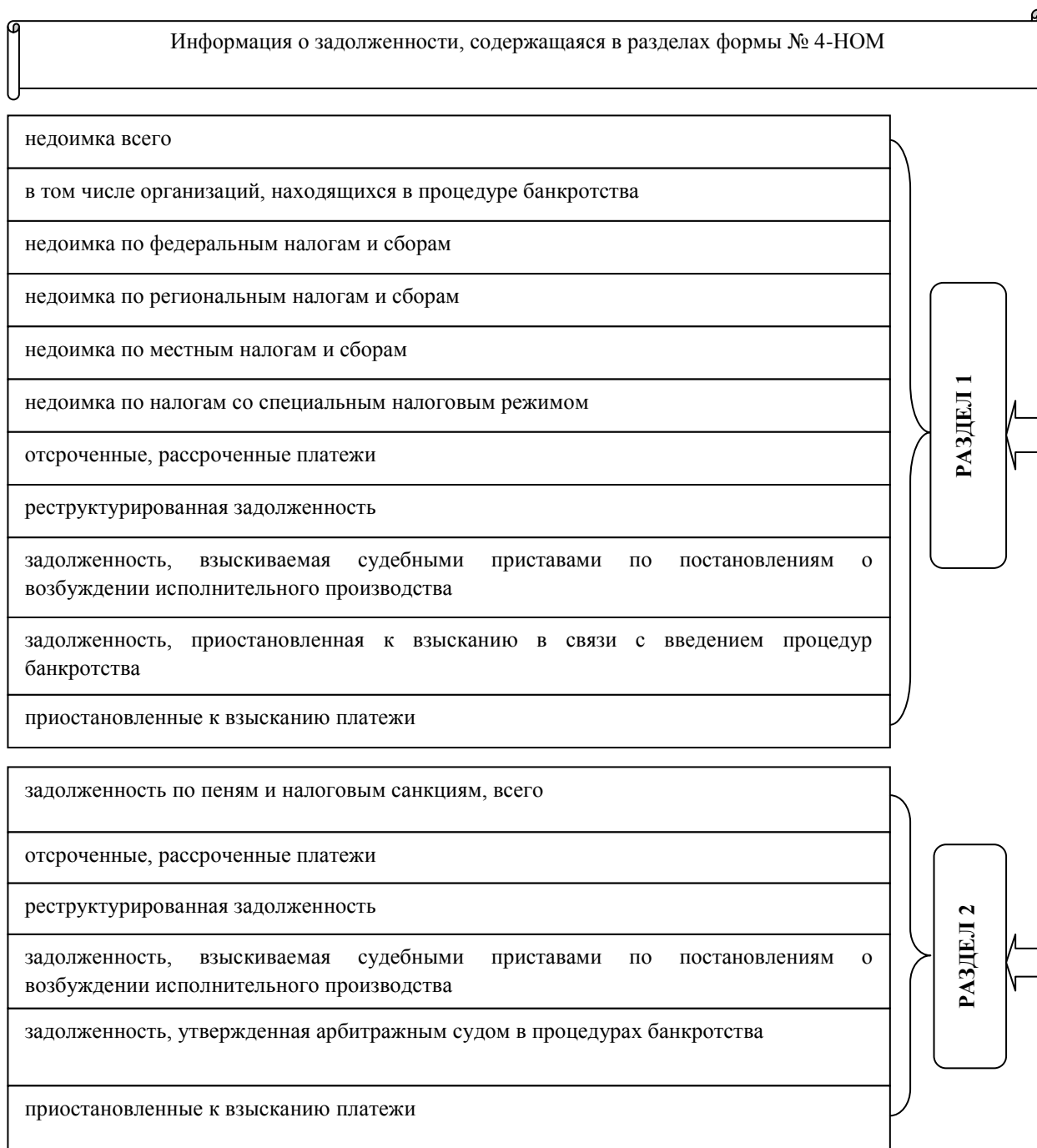


Рисунок 3 – Информация о задолженности, содержащаяся в разделах формы № 4-НОМ

В целях повышения экономической обоснованности системного анализа совокупной налоговой задолженности налоговые органы создают соответствующее информационное обеспечение.

Среди наиболее важных источников формирования информационной базы для анализа используются следующие:

- информация отдела учета налогоплательщиков;
- бухгалтерская отчетность и расчеты налогоплательщиков по налогам;
- информация отдела камеральных проверок;
- информация отдела учета и отчетности по принудительному взысканию недоимки;

– информация о нарушениях налогоплательщиками налогового и иного законодательства, полученная налоговыми органами от других контролирующих, правоохранительных и судебных органов и др. [1]

Деятельность налоговых органов по формированию информационного массива данных о налогоплательщиках, налоговых поступлениях, а также налоговой задолженности должна отвечать таким требованиям, как непрерывность, систематизация, полнота и достоверность.

Таким образом, с помощью формирования отчетов налоговая инспекция систематизирует сведения, полученные в ходе выполнения своей деятельности, и на их основании анализирует свою работу и разрабатывает направления дальнейшей работы.

Анализ совокупной налоговой задолженности позволяет разработать способы и методы работы налоговых органов в сфере регулирования налоговой задолженности, а также меры, связанные с обеспечением сбора доходов в бюджетную систему Российской Федерации.

Обязанность по уплате налогов и других обязательных платежей считается исполненной налогоплательщиком начиная с даты списания денежных средств с расчетных счетов налогоплательщиков. Подтверждением факта уплаты являются дополнительное платежное поручение, представленное налогоплательщиком в налоговый орган с отметкой банка о дате списания средств с расчетного счета налогоплательщика и выписка лицевого счета. Неисполненная обязанность по уплате налогов и других обязательных платежей определяется как разница между начисленными к уплате суммами налога, пеней, процентов, налоговых санкций и суммами денежных средств, списанных с расчетных счетов налогоплательщика.

Задолженностью перед бюджетом и внебюджетными фондами считаются не поступившие на соответствующие бюджетные счета суммы налога, пеней, финансовых санкций и штрафов, которые определяются исходя из начисленных и фактически поступивших сумм (зачисленные на счета соответствующие счета по учету доходов) по указанным платежам.

Задолженность по налоговым платежам перед бюджетом включает недоимку и платежи, уплата которых отсрочена (рассрочена) в соответствии с действующим законодательством. Недоимкой по налогам и другим обязательным платежам в бюджет и во внебюджетные фонды, по которым производятся начисления в карточках лицевого счета, считается сумма каждого из указанных платежей, не поступившая на соответствующие бюджетные счета в установленный законодательным актом срок.

Уклонение от уплаты налогов приводит к увеличению задолженности в бюджетную систему [6]. В таблице 1 представлены данные о задолженности по платежам в бюджетную систему РФ.

Из таблицы видно, что задолженность по налогам и сборам на протяжении трех лет не имела систематического ни увеличения, ни уменьшения. Задолженность по недоимке отсутствующих должников в 2013 году выросла на 55,5 % по отношению к 2011 году, что на 5,7 % больше по сравнению с 2012 годом. Что касается урегулированной задолженности, то в данном случае наблюдается ее увеличение. В 2012 году была зафиксирована ее наименьшая величина, которая составила 364410410 тыс. руб. Отсроченные (рассроченные) платежи в 2013 году значительно увеличились. Они в 1,3 раза больше, чем в 2011 г., и в 2,3 раза больше, чем в 2012 году.

Говоря о приостановленных к взысканию платежах, можно сказать, что на протяжении трех лет этот вид задолженности имеет систематическое увеличение. Задолженность, невозможная к взысканию налоговыми органами снизилась, однако в

2012 году она составила 23094228 тыс. руб. Следует отметить, что задолженность умерших физических лиц в 2013 году самая низкая, это говорит о том, что смертность уменьшилась, по сравнению с 2011 и 2012 годами. Что касается задолженности организаций, в отношении которых завершено конкурсное производство и ликвидированных организаций, то наибольшие величины были зарегистрированы в 2012 году.

Таблица 1 – Задолженность по налогам и сборам в бюджетную систему Российской Федерации [4]

Вид задолженности	2011 год, тыс. руб.	2012 год, тыс. руб.	2013 год, тыс. руб.	Темп роста, %	
				2013 к 2011	2013 к 2012
Задолженность перед бюджетом по налогам и сборам	704 529 564	675308327	728090073	103,3	107,8
Возможная к взысканию задолженность	693079807	653638705	722745026	104,3	110,6
Недоимка отсутствующих должников	46694993	48460613	72596950	155,5	149,8
Урегулированная задолженность	377590199	364410410	376476022	99,7	103,3
Отсроченные (рассроченные) платежи	815848	447680	1062358	130,2	237,3
Задолженность, приостановленная к взысканию в связи с проведением процедур банкротства	170056672	199135936	203211768	119,5	102,1
Задолженность, взыскиваемая судебными приставами по постановлениям о возбуждении исполнительного производства	121186921	111626021	118692460	98	106,3
Приостановленные к взысканию платежи	60121074	44364734	46064336	76,6	103,8
Задолженность, невозможная к взысканию налоговыми органами	14533234	23094228	9329678	64,2	40,4
Задолженность, невозможная к взысканию по судебным решениям	3169852	1066560	1382748	40,5	129,7
Задолженность умерших физических лиц	1540369	1821438	1029720	66,8	56,5
Задолженность организаций, в отношении которых завершено конкурсное производство	368200	15963379	551806	149,9	3,5
Задолженность ликвидированных организаций	6371336	2818245	2380773	37,4	84,5

В целом, проанализировав данную таблицу, можно сделать вывод о том, что в 2013 году наблюдается наибольшая величина задолженности по платежам в бюджетную систему Российской Федерации.

Анализ задолженности по основным видам деятельности позволяет налоговым органам иметь представление о структуре начислений и выявления различных рисков, связанных с образованием недоимки в бюджетную систему Российской Федерации и выявить направления урегулирования образовавшейся задолженности.

Далее рассмотрим задолженность по налогам и сборам в бюджетную систему Российской Федерации по основным видам экономической деятельности (табл. 2).

Из таблицы следует, что наибольшая задолженность на налогам и сборам была зафиксирована в 2011 году в таких отраслях, как сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство; рыболовство, рыбоводство; добыча полезных ископаемых; обрабатывающие производства; производство и распределение электроэнергии, газа и воды; транспорт и связь; здравоохранение и предоставление социальных услуг; предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг. Что касается такой отрасли как строительство, то задолженность в 2013 году увеличилась на 13549817 тыс. руб. по сравнению с 2011 годом, и на 11495869 тыс. руб. по сравнению с 2012 годом. Задолженность по финансовой деятельности на протяжении трех лет оставалась приблизительно на одном

уровне, так же как и операции с недвижимым имуществом. Говоря об образовании, следует сказать, что в 2012 году задолженность по ней была наибольшей.

Таблица 2 – Задолженность по налогам и сборам в бюджетную систему Российской Федерации по основным видам экономической деятельности за 2011-2013 гг. [4]

Вид задолженности	2011 г., тыс. руб.	2012 г., тыс. руб.	2013 г., тыс. руб.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.	
				2013 от 2011	2013 от 2012
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	22780241	20581092	20345309	-2434932	-235783
Рыболовство, рыбоводство	1644377	1231272	1565583	-78794	334311
Добыча полезных ископаемых	34118164	15214886	18865746	-15252418	3650860
Обрабатывающие производства	125992743	126227228	140163001	14170258	13935773
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	24091165	22362317	19617142	-4474023	-2745175
Строительство	73658319	75712267	87208136	13549817	11495869
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	168918710	168648371	174 336 973	5418263	5688602
Транспорт и связь	30768546	28123260	29734156	-1034390	1610896
Финансовая деятельность	52066613	52529810	51041795	-1024818	-1488015
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	52998700	55557989	55677887	2679187	119898
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное социальное обеспечение	3229869	3431828	7512719	4282850	4080891
Образование	1626216	1937302	1595746	-30470	-341556
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	1384687	1245578	1093298	-291389	-152280
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	8908705	8502769	8677759	-230946	174990
Сумма налогов и сборов, не распределенных по кодам ОКВЭД	38150493	30118075	29034988	-9115505	-1083087
Всего	704529564	675308327	727671008	23141444	52362681

В целом, важно отметить, что задолженность по налогам и сборам в бюджетную систему РФ в 2013 году была наибольшей.

В связи с кризисом платежей и отсутствием средств на расчетных счетах предприятий значительное количество налогоплательщиков несвоевременно рассчитываются с бюджетом, имеют постоянно возрастающую задолженность по платежам в бюджетную систему. В таблице 3 представлены данные о задолженности налогоплательщиков по видам платежей в бюджетную систему РФ.

Из таблицы 3 видно, что задолженность по налогу на прибыль организаций в 2013 году возросла, относительно 2012 года. Несмотря на это, в 2011 году данная задолженность была наибольшей. Задолженность по платежам за пользование природными ресурсами на протяжении трех последних лет имела скачкообразное снижение. В 2011 году она составила 13109207 тыс. руб., а в 2012 году резко снизилась в 2,6 раза. В 2013 году она уменьшилась на 146290 тыс. руб., это говорит о положительной тенденции снижения

задолженности. Также необходимо отметить о снижении задолженности по налогу на добычу полезных ископаемых. А вот что касается остальных платежей, то по ним задолженность на протяжении трех лет увеличивалась, особенно, наибольший удельный вес в структуре всей задолженности по видам платежей занимает задолженность по налогу на добавленную стоимость.

Таблица 3 – Задолженность перед бюджетом по видам платежей в РФ за 2011-2013 гг. [4]

Вид задолженности	2011 год, тыс. руб.	2012 год, тыс. руб.	2013 год, тыс. руб.
Налог на прибыль организаций	176679335	160821113	174944870
Налог на добавленную стоимость	313238698	304991932	319652153
Налог на добавленную стоимость по товарам (работам, услугам), реализуемым на территории РФ	312394211	303898777	318418837
Платежи за пользование природными ресурсами	13109207	5105074	4958784
Налог на добычу полезных ископаемых	9849040	2858215	3767026
Остальные федеральные налоги и сборы	82082536	82255947	92058671
Региональные налоги и сборы	70289839	77771770	83658822
Местные налоги и сборы	33120557	26664922	32504165
Налоги со специальным налоговым режимом	16009392	17697569	20312608

Факторный анализ – многомерный метод, применяемый для изучения взаимосвязей между значениями переменных. Предполагается, что известные переменные зависят от меньшего количества неизвестных переменных и случайной ошибки.

Факторный анализ позволяет решить две важные проблемы исследователя: описать объект измерения всесторонне и в то же время компактно. С помощью факторного анализа возможно выявление скрытых переменных факторов, отвечающих за наличие линейных статистических корреляций между наблюдаемыми переменными [5].

Одним из разновидностей факторного анализа является корреляционно-регрессионный анализ.

Наличие корреляционной связи присуще многим социально-экономическим явлениям. Корреляционная зависимость существует там, где взаимосвязанные явления характеризуются только случайными величинами.

При такой связи среднее значение случайной величины результативного признака (y) закономерно изменяется в зависимости от изменения другой величины (x) или других случайных величин x_1, x_2, \dots, x_n . Корреляционная связь проявляется не в каждом отдельном случае, а во всей совокупности в целом. Только при достаточно большом количестве случаев каждому значению случайного признака x будет соответствовать распределение средних значений случайного признака y .

К методу корреляции прибегают, потому что невозможно определить влияние всех факторов на результативный признак, так как они либо неизвестны, либо их нельзя измерить. Корреляционный анализ количественно оценивает связь между двумя или несколькими взаимодействующими явлениями. Его применение позволяет определить наличие и силу связи между явлениями. Связь между явлениями обнаруживается статистически (посредством изменения величины признаков одного явления устанавливается изменение величины признака другого явления) [7].

В общем виде задача корреляционно-регрессионного метода в области изучения взаимосвязей состоит не только в количественной оценке их наличия, направления и силы

связи, но и в определении формы (аналитического выражения) влияния факторного признака на результативный.

Задачи корреляционного анализа сводятся к измерению тесноты известной связи между варьирующими признаками, определению неизвестных причинных связей (причинный характер которых должен быть выяснен с помощью теоретического анализа) и оценке факторов, оказывающих наибольшее влияние на результативный признак.

Задачи регрессионного метода – выбор типа модели (формы связи), установление степени влияния независимых переменных на зависимую и определение расчетных значений зависимой переменной (функции регрессии).

Решение всех названных задач приводит к необходимости комплексного использования этих методов и их объединению в один метод корреляционно-регрессионного анализа.

Наиболее разработанной в теории статистики является методология корреляционно-регрессионного анализа парной корреляции, которая исследует связь между одним признаком-фактором (x) и одним признаком-результатом (y).

В основу выявления и установления аналитической формы связи положено применение в анализе исходной информации математических функций, для чего применяют различного вида уравнения прямолинейной и криволинейной связи. Это уравнение называется уравнением регрессии (или уравнение парной зависимости). Например, уравнение парной линейной корреляционной зависимости имеет следующий вид:

$$y_x = a_0 + a_1 x$$

y_x – теоретическое значение результативного признака, полученного по уравнению регрессии.

Коэффициент регрессии a_1 показывает изменение результативного признака y при уменьшении факторного признака x на одну единицу его изменения. Параметры уравнения a_0 , a_1 определяют путем решения системы нормальных уравнений, полученной на основе метода наименьших квадратов. В основу этого метода положено требование минимальности сумм квадратов отклонений фактических данных (y_i) от выровненных (y_{xi}):

$$\begin{cases} \sum y = n a_0 + a_1 \sum x \\ \sum xy = a_0 \sum x + a_1 \sum x^2 \end{cases}$$

Параметры уравнения прямой будут иметь вид:

$$a_1 = \frac{\overline{xy} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\overline{x^2} - \bar{x}^2}$$

$$a_0 = \bar{y} - a_1 \cdot \bar{x}$$

Определив значения a_0 , a_1 и подставив их в уравнение связи, находим значение y_x , зависящее только от заданного значения x .

Для прямолинейных зависимостей измерителем тесноты связи между признаками является коэффициент парной корреляции, который рассчитывается по формуле:

$$r = \frac{\overline{xy} - \bar{x} \cdot \bar{y}}{\sigma_x \sigma_y}$$

где \overline{xy} – среднее произведение факторного и результивного признака:

$$\overline{xy} = \frac{\sum xy}{n}$$

\bar{x} – среднее значение факторного признака,

\bar{y} – среднее значение результивного признака,

σ_y – среднее квадратическое отклонение результивного признака:

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum (y - \bar{y})^2}{n}},$$

σ_x – среднее квадратическое отклонение факторного признака:

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n}}$$

Квадрат линейного коэффициента корреляции называется линейным коэффициентом детерминации.

Факторный анализ совокупной налоговой задолженности позволяет определить основные не только экономические причины ее возникновения, но и причины организационно-управленческого характера. К данным причинам можно отнести следующие:

- низкая эффективность судебной системы;
- уровень налоговой дисциплины предприятий-налогоплательщиков;
- неуплата текущих (авансовых) платежей;
- доначисления налогов в результате проведенных мероприятий налогового контроля и др. [7].

На рисунке 4 представлены основные задачи факторного анализа совокупной налоговой задолженности на субфедеральном уровне.

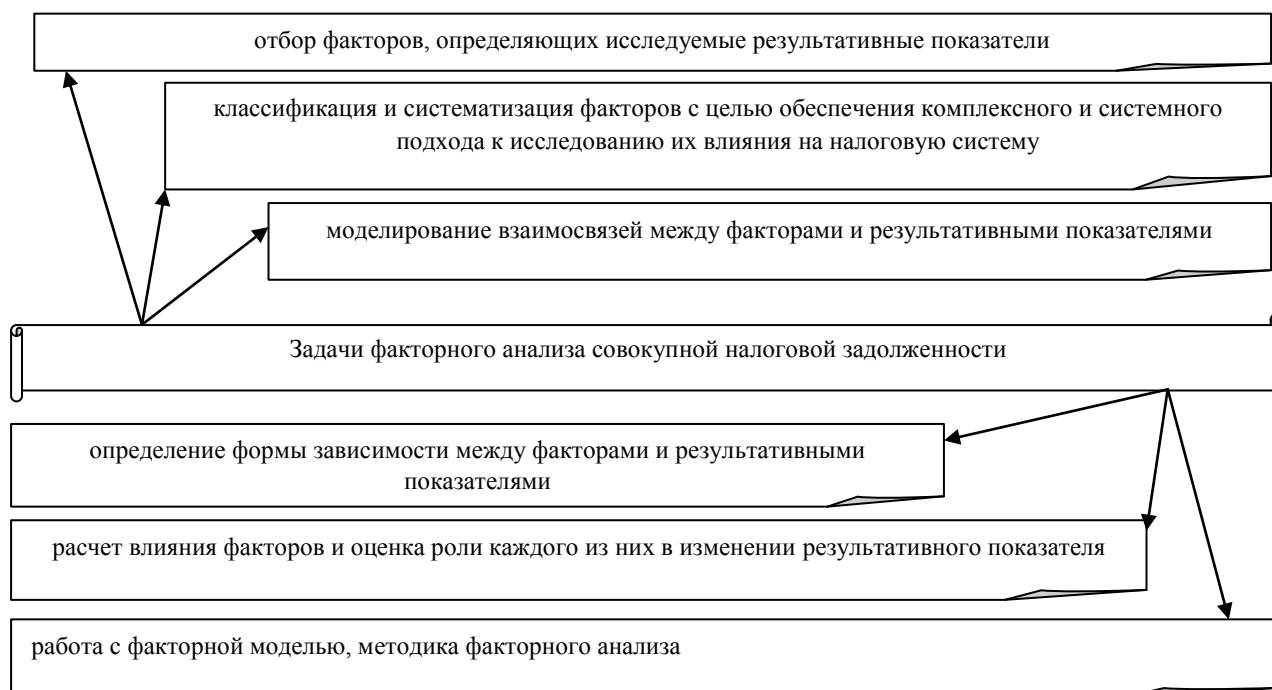


Рисунок 4 – Задачи факторного анализа совокупной налоговой задолженности на субфедеральном уровне

В таблице 4 приведен объем налоговой задолженности и недоимки налогоплательщиков по платежам в бюджетную систему Российской Федерации.

Таблица 4 – Налоговая задолженность и недоимка налогоплательщиков по платежам в бюджетную систему Российской Федерации [4]

Годы	Недоимка (тыс. руб.)	Задолженность по платежам в бюджет (тыс. руб.)
2007	4 484 081 503	757 458 066
2008	5 152 682 432	574 908 979
2009	6 101 995 163	559 069 470
2010	4 715 649 810	698 955 089
2011	5 878 789 632	704 529 564
2012	7 422 840 857	675 308 327
2013	8 657 109 189	728 164 852
Итого	42 413 148 586	4 698 394 347

Недоимка – факторный признак (x), объем налоговой задолженности – результативный (y) (табл. 5)

Таблица 5 – Алгоритм расчета параметров уравнения регрессии

Годы	y	x	xy	x ²	(y _i - \bar{y}) ²	(x _i - \bar{x}) ²
2007	757458	73513	55683009954	5404161169	7440590435	62466441
2008	574908	82476	47416112208	6802290576	9271984192	1122388
2009	559069	79379	44378338151	6301025641	12573168937	4151697
2010	698955	79652	55673163660	6344441104	770387605	3113712
2011	704529	81743	57590314047	6681918049	1110879377	106555
2012	675308	84426	57013553208	7127749476	16882707	9056660
2013	728164	88727	64607807228	7872480529	3244994949	53442365
Итого	4698394	569916	382362298456	46534066544	34428888204	133459821

$$\bar{y} = \frac{4698394}{7} = 671199 \text{ (млрд. руб.)}$$

$$\bar{x} = \frac{569916}{7} = 81416 \text{ (млрд. руб.)}$$

$$\overline{xy} = \frac{382362298456}{7} = 54623185493$$

$$\overline{x^2} = \frac{46534066544}{7} = 6647723792$$

$$a_1 = \frac{54623185493 - 671199 * 81416}{6647723792 - (81416)^2} = 223547463 / 19158767 = 1,61$$

$$a_0 = 671199 - 1,61 * 81416 = 19258878$$

Тогда теоретическое значение результативного признака, получаемое по уравнению корреляции, будет выглядеть следующим образом:

$$y_x = 19258878 + 1,61x$$

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{34428888204}{7}} = 70131$$

$$\sigma_x = \sqrt{\frac{133459821}{7}} = 4366$$

$$r = \frac{54623185493 - 671199 * 81416}{70131 * 4366} = 223547463 / 306223650 = 0,73$$

$$d = r^2 = 0,53$$

Таблица 6 – Шкала тесноты связи Чеддока

Количественная мера тесноты связи	Качественная характеристика силы связи
0,1-0,3	Слабая
0,3-0,5	Умеренная
0,5-0,7	Заметная
0,7-0,9	Высокая
0,9-0,99	Весьма высокая

Анализируя влияния специфических факторов, способствующих росту налоговой задолженности в бюджетную систему Российской Федерации было установлено, что основная доля в составе совокупной налоговой задолженности приходится на недоимку, пени, штрафы по актам налоговых проверок. Наличие задолженности, право на взыскание, которой утрачено налоговыми органами, является самым негативным фактором в системе налогового администрирования.

Приведенные данные о значительной сумме налоговой задолженности сохраняющейся на протяжении последних лет, как по Российской Федерации в целом, так и по отдельным ее субъектам свидетельствуют о том, что существующий организационно-экономический механизм взыскания совокупной задолженности по налоговым платежам недостаточно эффективен.

Таким образом, проведя корреляционно-регрессионный анализ задолженности по налогам можно сделать вывод о том, что связь между налоговой задолженностью и недоимкой является высокой, так как коэффициент корреляции равен 0,73 (по шкале Чеддока). Это означает, что при увеличении недоимки будет увеличиваться задолженность по налогам в бюджет.

Многообразие причин формирования налоговой задолженности требует комплексного подхода к их устранению, в том числе изменений в налоговом законодательстве. При этом государство, используя различные механизмы, может и должно регулировать размер налоговой задолженности, во избежание отрицательных последствий для экономики страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Попова, Л.В. Налоговый анализ: учебное пособие для высшего профессионального образования [Текст] / Л.В. Попова, Н.Г. Варакса, Е.Г. Дедкова. – Орел: ФГОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК», 2011. – 165 с.
2. Мазуркевич, В.Ю. Исполнение обязанности по уплате налогов: проблемы теории и практики [Текст] / В.Ю. Мазуркевич. – М.: Финансовое право, 2010. – 378с.
3. Рошупкина, В.В. Концептуальные основы регионального налогового анализа [Текст] / В.В. Рошупкина // Региональная экономика: теория и практика. – 2012. – №4. – С. 30-34.
4. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nalog.ru
5. Виды налогооблагаемых показателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://anybook.org/download/37267.html>
6. Варакса, Н.Г. Моделирование налоговой политики и налогового механизма в рамках стратегии экономического развития государства [Текст] / Н.Г. Варакса // Управленческий учет. – 2013. – №8.
7. Поздняев, А.С. Методология формирования и верификации налогооблагаемых показателей [Текст] / А.С. Поздняев: автореферат. – Орел, 2010.

Гудков Александр Александрович

ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК»

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение»

302020, Орел, Наугорское ш., 29

Тел.: (4862) 41-98-60

E-mail: orelbuin@yahoo.com

A.A GUDKOV

METHOD OF COMPREHENSIVE SYSTEM ANALYSIS TAX DEBT AT THE SUBNATIONAL LEVEL

In the article the author considered the system of information support of tax analysis at the macro level, analyzed taxes and fees in the budget system of the Russian Federation on the main economic activities and types of payments, defined the tasks of the factor analysis of the total tax payable by the sub-national level, and also conducted correlation and regression analysis of arrears on taxes and fees.

Keywords: methodology, tax analysis, the total tax payable.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Popova, L.V. Nalogovyj analiz: uchebnoe posobie dlja vysshego professional'nogo obrazovaniya [Tekst] / L.V. Popova, N.G. Varaksa, E.G. Dedkova. – Orel: FGOU VPO «Gosuniversitet – UNPK», 2011. – 165 s.
2. Mazurkevich, V.Ju. Ispolnenie objazannosti po uplate nalogov: problemy teorii i praktiki [Tekst] / V.Ju. Mazurkevich. – M.: Finansovoe pravo, 2010. – 378s.
3. Roshhupkina, V.V. Konceptual'nye osnovy regional'nogo nalogovogo analiza [Tekst] / V.V. Roshhupkina // Regional'naja jekonomika: teorija i praktika. – 2012. – №4. – S. 30-34.
4. Federal'naja nalogovaja sluzhba [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: www.nalog.ru
5. Vidy nalogoobлагаemyh pokazatelej [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://any-book.org/download/37267.html>
6. Varaksa, N.G. Modelirovanie nalogovoj politiki i nalogovogo mehanizma v ramkah strategii jekonomicheskogo razvitija gosudarstva [Tekst] / N.G. Varaksa // Upravlencheskij uchet. – 2013. – №8.
7. Pozdnjaev, A.S. Metodologija formirovaniya i verifikacii nalogoobлагаemyh pokazatelej [Tekst] / A.S. Pozdnjaev: avtoreferat. – Orel, 2010.

Gudkov Aleksander Aleksandrovich

State University-ESPC

Candidate of economic sciences, senior lecturer of department «Accounting and Taxation»

302020, Orel, Naugorskoe highway, 29

Ph.: (4862) 41-98-60

E-mail: orelbuin@yahoo.com

НАУЧНОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ **И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

УДК 005:625.8

К.В. АКСЕНОВ

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ ДОРОЖНОГО ХОЗЯЙСТВА

В статье изучены методологические принципы формирования организационных структур управления в сфере дорожного хозяйства.

***Ключевые слова:** дорожное хозяйство, принцип, методология, экономика, структура, автомобильная дорога.*

Перед каждой организацией, каким бы видом деятельности она ни занималась и к какой бы отрасли народного хозяйства ни относилась, стоит задача совершенствования структуры управления. Это – непрерывный процесс определения наилучших для данных условий организационных форм, облегчающий принятие решений, координацию действий, передачу нужной информации, а также рациональное распределение ответственности и полномочий. Проектирование организаций и их постоянное развитие столь же важны и ответственны, как задачи технического развития, планирования производства, финансирования, учета, снабжения, сбыта и др. Особенность данного вида деятельности состоит в том, что она является «сквозной», интегрированной, затрагивающей интересы всей организации в целом. Именно поэтому попытки улучшить положение дел в организации начинаются с совершенствования её организационной структуры.

Организационная структура управления – представляет собой сочетание отдельных звеньев в их взаимосвязи и соподчиненности, выполняющих различные функции управления организации, и характеризует собой один из базовых элементов системы управления.

Проблема формирования организационных структур всегда была актуальна не только в сфере дорожного хозяйства, но и в других отраслях экономики, автомобилестроении, в образовании и т.д. В последние десятилетия происходят частые реорганизации органов управления на федеральном и региональном уровнях, реформы целых отраслей общественного производства и сферы обслуживания, в ходе которых существенно меняются штаты и техническое оснащение производственных организаций, линейных подразделений. При этом всегда возникают вопросы, как должна отразиться реформа министерства на подчиненных ему нижестоящих организационных структурах, следует ли проводить коренную реорганизацию в реформируемой отрасли или можно обойтись лишь адаптацией существующих ее структур к новым условиям, какова эффективность вновь создаваемых структур или произведенных изменений в существующих структурах [1].

В настоящее время наука и практика управления дорожным хозяйством накопила большой арсенал методов проектирования (формирования) организационных структур и оценки их эффективности. Сформировались методологические принципы построения организационных структур [2].

Методологические принципы – это кратко сформулированные теоретические

положения, обобщающие достижения науки в определенной области и служащие основанием для дальнейших исследований.

Рассмотрим основные методологические принципы формирования организационных структур:

1. Организационная структура создается для достижения конкретных целей, поэтому цели первичны, а структуры вторичны. Это означает, что, прежде чем формировать какую-либо структуру (систему), надо четко представить, для чего эта структура нужна, каких целей она должна достигнуть. Чем глубже удастся обосновать систему целей, тем строже будет построена система (структура). Многие руководители справедливо считают, что искусство постановки целей – это искусство управления.

2. При построении организационной структуры следует учитывать не только сами цели, но и условия их реализации. В условиях обычно включают наиболее важные обстоятельства, от которых зависит деятельность организации (природно-климатические, экономические, политические, социальные, правовые и др.). Одни и те же цели в разных условиях могут потребовать разных организационных структур. Это подтверждается практическим опытом дорожного строительства.

Переход дорожного хозяйства к рыночным условиям существенно изменил структуры дорожно-строительных организаций и предприятий: вместо дорожно-строительных трестов появились акционерные общества, федеральные государственные унитарные предприятия (например, Федеральное казенное учреждение Управление автомобильной магистрали МОСКВА-ХАРЬКОВ Федерального дорожного агентства и др.) и другие структуры с различными формами собственности [3].

3. Цели и условия их реализации непостоянны. Они могут изменяться по отдельности и в совокупности. Поэтому организационная структура должна постоянно самонастраиваться в соответствии с новыми целями и условиями их достижения (структура должна обладать свойством адаптивности).

4. Система целей как основной структурообразующий фактор имеет иерархическую структуру. Следовательно, и организационная структура должна строиться по иерархическому принципу – каждый уровень структуры должен реализовывать соответствующий уровень иерархии целей. В производственной структуре обязательны элементы двух типов: органы управления, осуществляющие информационные процессы, и производственные подразделения, реализующие технологические процессы.

5. Все элементы организационной структуры должны быть функционально связаны. При этом исполнение функций управления (принятие решений, планирование) должно сопровождаться делегированием каждому звену и подразделению на всех иерархических уровнях структуры определенных полномочий и мер ответственности (обязанностей). Каждая функция, реализуемая организацией, должна быть закреплена за конкретной службой, а также недопустимо закрепление одной функции за двумя или несколькими службами. Разделение сфер ответственности должно, с одной стороны, обеспечить единоначалие и централизацию управления, с другой стороны, создать необходимые условия для самостоятельности и инициативы низовому звену.

6. При проектировании основных элементов организационной структуры (органов управления и производственных подразделений) необходимо предусматривать подразделения обеспечения (материального, технического, социального, правового, бытового). Подразделения обеспечения призваны создавать нормальные условия работы основным подразделениям, обеспечивая управленческий и производственный персонал питанием, энергетическими ресурсами, осуществлять ремонт техники и т.п.

Методы формирования организационных структур для структур дорожного

хозяйства:

- статистические;
- модульные;
- системно-целевые, т.е. основанные на системно-целевом подходе с применением моделей кластерного анализа (рис. 1).



Рисунок 1 – Теоретические методы формирования организационных структур для предприятий дорожного хозяйства на принципах системно-целевого подхода

Статистические методы. Существенный вклад в развитие этих методов внесли Военно-технический университет в Санкт-Петербурге и 26-й Центральный научно-исследовательский институт Министерства обороны РФ. Они основаны на идее, что организационная структура создается для выполнения определенного объема работ, поэтому существует связь между составом, оснащением дорожной организации, а также видами, объемами выполняемых работ и условиями их производства. Чтобы спроектировать структуру дорожной организации, необходимо проанализировать статистические данные о ранее выполнявшихся дорожно-строительных работах аналогичного вида силами конкретных организационных структур [4].

Статистические методы дают возможность установить влияние на состав и оснащение дорожной организации следующих структурообразующих факторов:

- вид дорожно-строительных работ. Для выполнения земляных работ, устройства дорожной одежды, заготовки материалов и производства смесей требуются организационные структуры разного состава;

- объем предстоящих дорожно-строительных работ. Чем больше объем дорожно-строительных работ, тем больше потребность в технике, тем крупнее должна быть дорожно-строительная организация, тем больше число ее структурных подразделений;

- степень специализации труда дорожно-строительной организации. Важную роль играет метод организации дорожно-строительных работ.

При поточном методе работы выполняются специализированными подразделениями, каждому из которых поручается выполнение работ одного вида.

При непоточном методе одно подразделение может выполнять работы нескольких различных видов, т.е. быть универсальным.

Структуры организации, проектируемых для строительства дороги поточным и непоточным методами, будут существенно различаться;

- уровень квалификации работников дорожно-строительной организации. Квалификация исполнителей работ влияет на производственные возможности подразделений: чем выше квалификации, тем больше производственные возможности, выше темпы работ и меньше сроки строительства.

Статистические методы допускают использование и других структурообразующих факторов, характеризующих условия производства работ, состояние парка дорожно-строительной техники и т.п.

Модульные методы. Модульный принцип предполагает построение производственных подразделений и органов управления из некоторых типовых элементов, называемых модулями. Модули можно сравнить с кирпичами или строительными конструкциями (блоками), из которых собирается объект [4].

Модули могут быть различного вида по производственной мощности, техническому оснащению, числу работников, уровню производственно-экономической самостоятельности. Принято различать, как минимум, три вида производственных модулей.

Модули первого вида представляют собой подразделения низового звена производственного типа «бригада», «специализированное подразделение» (например, для воинских дорожно-строительных формирований это структуры типа «отделение», «взвод»). Таких модулей достаточно много в дорожном строительстве, их насчитывается до 30...35 типов. Ими могут быть бригады по выполнению отдельных видов работ (расчистка дорожной полосы, выполнение земляных работ с применением различных землеройных машин, транспортные работы, укладка битумоминеральных и неорганических смесей, устройство конструктивных слоев дорожной одежды, устройство водопропускных труб, придорожной инфраструктуры и др.).

Модули второго вида являются более крупными и соответствуют структурам типа «прорабский участок», «хозрасчетный участок» (ХРУ) и им подобным. Они формируются из модулей первого вида. Если модули первого вида предназначены для выполнения конкретных технологических операций (транспортирование материалов, их разравнивание и уплотнение), то модули второго вида формируются для выполнения некоторого комплекса операций по устройству конструктивного слоя дорожной одежды, части здания или сооружения. Таких модулей значительно меньше, чем модулей первого вида (в дорожном строительстве их насчитывается 10...15 типов).

Модули третьего вида являются структурами типа «строительное управление» (СУ), «дорожно-эксплуатационное предприятие» (ДЭП), «управление дорожно-строительных работ» (УДСР), «дорожно-строительный (мостовой, путевой) батальон». Они формируются из модулей второго и первого видов и способны осуществить весь комплекс работ по строительству участка дороги (земляные работы, устройство дорожной одежды, малых искусственных сооружений) либо выполнить большой объем специализированных работ (например, для производства земляных работ в глубоких выемках, на высоких насыпях, при проходке тоннелей создаются управления механизации земляных работ) [4].

Модули первого и второго типов являются структурами узко специализированными и составляют основу формирования частных строительных потоков при поточном методе организации работ.

Модули третьего типа способны развернуть комплексный поток. На такие структуры возлагается решение не только технологических задач, но и задач организации и управления производством (планирование работ, расстановка подразделений по объектам, их материальное и техническое обеспечение, организация взаимодействия с субъектами инфраструктуры – банками, заводами (по производству асфальтобетонных смесей) – поставщиками материалов, ведение экономической работы).

Модули третьего типа представляют собой организации, наделяемые правами юридического лица.

Методика формирования модулей трех рассмотренных типов различна.

Модули первого типа реализуют технологии производства работ на основе технологических карт или технологических схем.

Аналогично формируются модули по возведению земляного полотна различными типами землеройной техники, устройству подстилающего слоя, щебеночного основания и т.п.

Если типовые технологии отсутствуют, то состав модуля обосновывается расчетом. Примером служит модуль «заготовительно-транспортное подразделение», включающий в себя один погрузчик (экскаватор) и несколько самосвалов. Число последних рассчитывается как отношение сменной производительности погрузчика к производительности одного самосвала.

Состав заготовительно-транспортного подразделения может быть обоснован с применением модели массового обслуживания.

Если в подразделении (модуле) имеются ведущая и несколько обслуживающих машин, состав модуля рассчитывается по методикам и нормативам по организации дорожного строительства [4].

Системно-целевые методы. Эти методы предусматривают четыре этапа:

- 1) формирование производственного звена;
- 2) формирование органов управления;
- 3) построение системы обеспечения;
- 4) оценка эффективности организационной структуры.

Они позволяют не только создавать новые структуры, но и оценивать состояние существующих, их соответствие конкретным условиям дорожного строительства, адаптировать эти структуры к изменяющимся условиям рынка строительной продукции.

Наиболее трудоемким является первый этап. Исходным пунктом формирования организационной структуры дорожной организации является построение системы целей, для достижения которых создается структура.

При выборе того или иного метода формирования организационных структур необходимо учитывать, что:

- организация является сложной социально-экономической системой, которая создается для определенных целей и характеризуется наличием определенных ресурсов и их преобразованием в материальные блага (продукцию, услуги); соизмерением затрат на производство и реализацию продукции, услуг с результатами деятельности;

- организация является открытой системой, на которую воздействуют многочисленные факторы внешней среды. Поэтому эффективность деятельности организации будет в значительной степени определяться ее адаптивными возможностями и способностями;

- любая организация уникальна, в том смысле, что имеет особенности, обусловленные имеющейся материально-технической базой, кадровым потенциалом и другим.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Официальный сайт Федеральной дорожной службы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rosavtodor.ru>
2. Федеральная целевая программа «Развитие транспортной системы России на 2010 – 2015 годы».
3. Строительство автомобильных дорог. Дорожные покрытия: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования [Текст] / В.П. Подольский, П.И. Поспелов, А.В. Глагольев, А.В. Смирнов. – 2-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 304 с.
4. Мальцев, Ю.А. Экономико-математические методы проектирования транспортных сооружений : учебник для студ. учреждений высш. проф. образования [Текст] / Ю.А. Мальцев. – М.: Издательский центр «Академия», 2010. – 320 с.

Аксенов Константин Валерьевич

ФГБОУ ВПО «Госунiversитет – УНПК»

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Предпринимательство и маркетинг»

302020, г. Орел, Наугорское ш., 40

Тел. (4862) 76-22-49

E-mail: regionkos@mail.ru

K.V. AKSENOV

**THE METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF FORMATION OF
ORGANIZATIONAL STRUCTURES OF MANAGEMENT
IN THE SPHERE OF ROAD ECONOMY**

In the article the methodological principles of formation of organizational structures of management in the sphere of road economy are studied.

Keywords: road economy, principle, methodology, economy, structure, highway.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Oficial'nyj sajt Federal'noj dorozhnoj sluzhby Rossii [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.rosavtodor.ru>
2. Federal'naja celevaja programma «Razvitie transportnoj sistemy Rossii na 2010 – 2015 gody».
3. Stroitel'stvo avtomobil'nyh dorog. Dorozhnye pokrytija: uchebnik dlja stud. uchrezhdenij vyssh. prof. obrazovanija [Tekst] / V.P. Podol'skij, P.I. Pospelov, A.V. Glagol'ev, A.V. Smirnov. – 2-e izd., ispr. – M.: Izdatel'skij centr «Akademija», 2013. – 304 s.
4. Mal'cev, Ju.A. Jekonomiko-matematicheskie metody proektirovanija transportnyh sooruzhenij : uchebnik dlja stud. uchrezhdenij vyssh. prof. obrazovanija [Tekst] / Ju.A. Mal'cev. – M.: Izdatel'skij centr «Akademija», 2010. – 320 s.

Aksenov Konstantin Valerievich

State University-ESPC

Candidate of economic sciences, associate professor of entrepreneurship and marketing

302020, Orel, Naugorskoe highway, 29

Ph.: (4862) 76-22-49

E-mail: regionkos@mail.ru

СОДЕРЖАНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА

В статье рассмотрено теоретическое содержание этапов маркетингового исследования, а также дана характеристика особенностей методов маркетингового анализа.

Ключевые слова: маркетинговый анализ, маркетинговое исследование, конкуренция.

При формировании рыночной экономики важной основой управления организацией выступает маркетинг, посредством которого формируются производственные программы. Также маркетинг быстро отвечает на вызовы складывающихся ситуаций на потребительских рынках, что в итоге позволяет получить преимущество в конкурентной борьбе. При этом маркетинг основывается на специфических приемах и методах, овладение которыми требует серьезных знаний и практических навыков.

Маркетинговый анализ – всестороннее исследование ситуаций, процессов, элементов на рынках продуктов и маркетинговой деятельности компании.

Это многоэлементный процесс генерирования выводов, основанный на данных, полученных и переработанных в ходе маркетингового исследования. Такой анализ обуславливается целью снижения уровня неопределенности и рисковости маркетинговой деятельности фирмы и увеличения рациональности решений менеджмента, а в некоторых ситуациях – для регулирования рыночной конъюнктуры.

Маркетинговый анализ – исследование рынка товаров, работ и услуг, спроса и предложения, покупательских предпочтений, состояния контрагентов, динамики цен с целью лучшего продвижения своих товаров.

Концепция современного маркетинга основывается на человеческих нуждах, выражающихся в потребностях, которые имеют свои особенности для различных социальных групп. Они удовлетворяются с помощью разных товаров, работ, услуг, предложений.

Одна из сторон деятельности маркетинга – всестороннее изучение рынка. При этом осуществляется исследование по ряду направлений:

- анализ маркетинговой среды;
- анализ показателей рынка, его видов, внутренней структуры, характеристики отдельных его элементов;
- анализ способов и методов реализации продукции;
- анализ потребителей, их географического расположения, национальных особенностей, их требований к продукции [2].

Маркетинговое исследование представляет собой систематический сбор, обработку и анализ данных по различным аспектам маркетинговой деятельности.

Маркетинговые исследования представляют собой зависимость, которая через поток информации объединяет маркетологов с рынками, поставщиками, потребителями, контактными аудиториями, а также со всеми элементами внешнего экономического окружения.

Исследования в сфере маркетинга опираются на множество управленческих решений в области рыночной деятельности компании. Они решают задачу снижения уровня риска неопределенности и распространяют свое действие на все составляющие элементы комплекса маркетинга и его внешнего окружения в отношении тех элементов, которые

воздействуют на маркетинг конкретного товара на определенном рынке.

Нацеленность компании на рост объемов продаж товаров и доли влияния на рынках вызывает ряд соответствующих сложностей. Главная из них – поиск приоритетных для фирмы маркетинговых направлений, наиболее приближенных к внутренней структуре и специфике деятельности компании [3].

Взяв во внимание высокую эластичность внешней среды организации, особое внимание при решении стратегических задач следует уделить маркетинговому анализу конкурентной среды фирмы.

Центральное место в работе отдела маркетинга организации занимает исследование конкурентных стратегий, которые могут обеспечить определенные преимущества при взаимодействии с компаниями, предоставляющими на рынок аналогичные товары.

Целью анализа конкурентоспособности является установление параметров и направлений желаемого преимущества фирмы и в какой степени это преимущество возможно защитить в конкретной ситуации на рынке.

Завоевать значительную долю рынка, укрепить позиции фирме помогает анализ своих возможностей, имеющихся мощностей, резервов, а также возможностей конкурентов.

Для характеристики конкурентной среды требуется информация:

- о размерах конкурирующих компаний;
- специфических особенностях продукции других фирм в исследуемой отрасли и их товарном составе;
- используемых в работе маркетинговых стратегиях;
- производственных мощностях;
- ресурсном обеспечении;
- сетях движения товаров;
- степени эффективности рекламной политики организации и т.д.

Минимально необходимые данные при изучении конкурентной среды – количество компаний-конкурентов, их удельный вес на том или ином рынке, основные характеристики товара или товарных групп в зависимости от целей и задач маркетингового исследования.

На основе проведенных исследований разрабатываются долгосрочные, среднесрочные и текущие планы производственно-сбытовой деятельности предприятия, строится логистическая политика перевозок, а затем в результате аналитических мероприятий делается вывод о целесообразности и эффективности как отдельных этапов, так и всей работы в целом [5].

Фундамент маркетинговых исследований представляют общенаучные аналитико-прогностические методы и приемы, взятые из различных сфер научной деятельности:

- социологии;
- психологии;
- экологии;
- эстетики;
- статистики;
- математики;
- кибернетики.

Основополагающие методы маркетингового анализа представлены на рисунке 1.

Маркетинговые исследования представляют собой неотъемлемый элемент в жизненном цикле при разработке и продвижении товаров, предлагаемых на рынке.

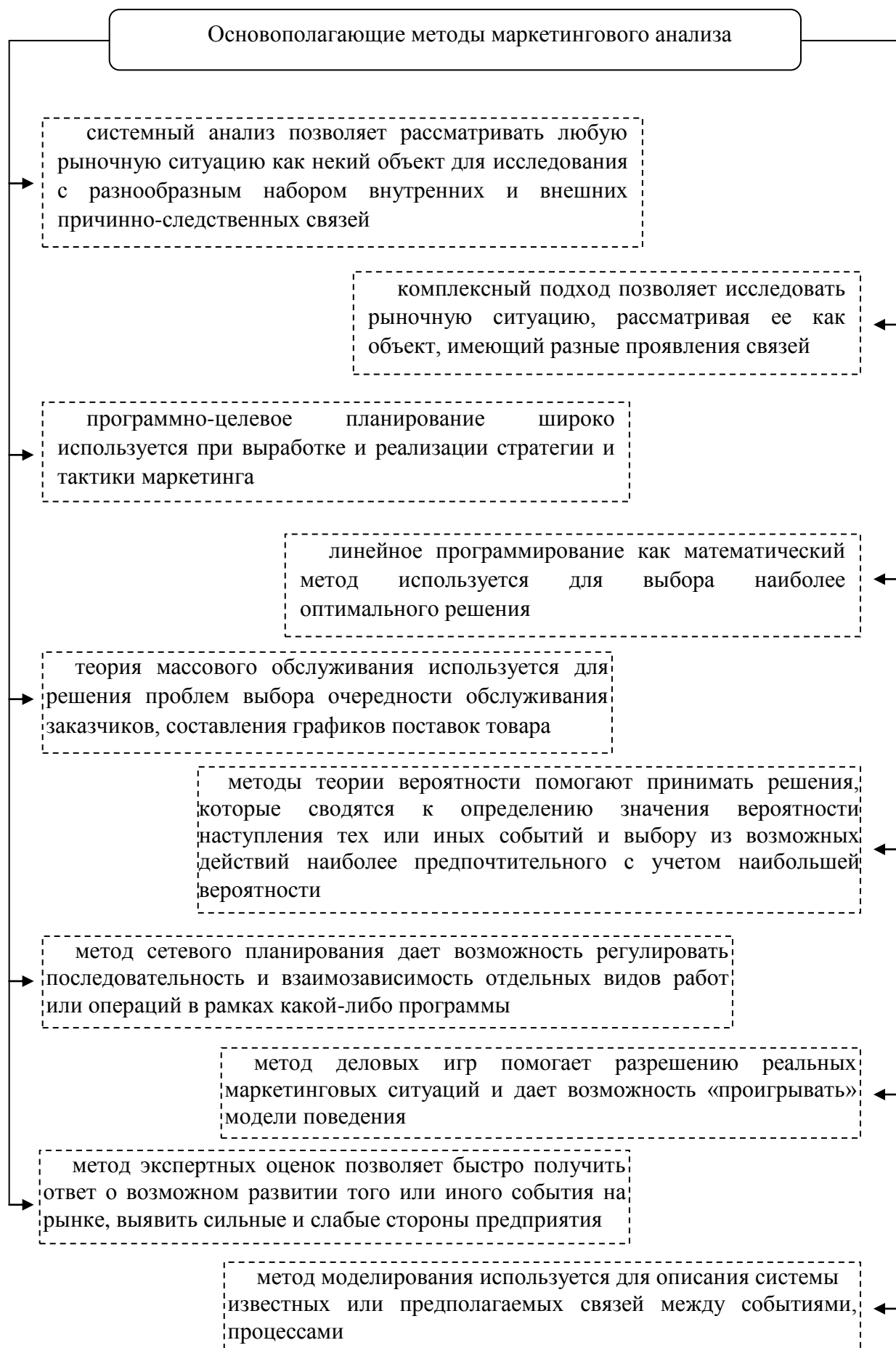


Рисунок 1 – Основополагающие методы маркетингового анализа

Объективный результат проводимых исследований достигается лишь в том случае, когда они осуществляются не только как метод сбора и переработки массивов информации, но и как инструмент обеспечения менеджмента компании аналитическими выводами о динамике внешней среды фирмы с целью оптимизации и интенсификации возможностей системы управления.

Плодотворная коммерческая деятельность компании преимущественно определяется глубиной и качеством планирования маркетинга на основе выбранной стратегии, или даже их комплекса. Процесс формирования стратегического комплекса определяет использование многочисленных прогнозных оценок и анализов, но стратегия фирмы может быть утверждена на длительный срок, в то время как маркетинговые мероприятия должны реализовываться ежедневно в соответствии с текущей ситуацией как во внешней среде, так и внутри самой фирмы. Отсюда можно сделать вывод, что такая динамичная система требует использования регулярного планирования всего маркетингового комплекса, реализация и пролонгация которого возможна лишь при использовании экономического анализа и сопоставления множества групп различных рассчитываемых параметров [1].

Анализ исходного состояния компании начинается со сбора информации. Организация имеет постоянную потребность в информации разного характера и степени неопределенности. Хозяйствующий субъект получает ее из всевозможных источников, как внутренних, так и внешних. Отсутствие достоверной информации может осложнить деятельность фирмы.

Информация востребована всеми структурными подразделениями фирмы, но особенно велика потребность в информации в области маркетинга. Специалист по маркетингу должен располагать данными о состоянии рынка конкретного товара, его насыщенности, группах потребителей и конкурентов. В состав маркетинговой информации входит план объема продаж, данные о целевых группах потребителей и контактных аудиториях, состав целей и задач маркетинговых планов, решения о маркетинговых мероприятиях, изменения рынка, степень затоваренности рынка, данные о конкурентной среде, изменения социально-экономических факторов и нормативного законодательства. Отраженная выше информация подвергается подробному изучению с целью ее дальнейшего использования при маркетинговом планировании [5].

Аналізу на этапе планирования также подвергается собственная хозяйственная деятельность компании, что позволяет проследить соответствие получаемых результатов целям и задачам менеджмента фирмы, экономическим показателям по уровню прибыли, эффективности использованию материальных и трудовых ресурсов и другим параметрам.

Особое внимание уделяется коэффициенту эффективности затрат, то есть отношению понесенных издержек к полученным результатам.

Таким образом определяется эффективность и целесообразность проведенных работ, имеет ли место положительный экономический эффект. При этом масштаб работы, в отношении которого проводится аналитическое воздействие, должен быть подобран так, что бы он был достаточен для получения преимущественно достоверного результата, но и не слишком урезался с целью избежания необъективности результата и влияния случайных отклонений.

Для оценки конкурентной среды необходимы данные о размерах конкурирующих фирм, характерных особенностях товаров конкурентов и их ассортименте, применяемых маркетинговых стратегиях, производственных мощностях, ресурсном обеспечении, каналах товародвижения, действенности рекламной кампании и т.д. Понятно, что речь идет о значительных объемах аналитической работы. Минимальные требования в отношении конкурентной среды – число конкурентов, их доля на рынке, основные данные о товарах и

характер конкуренции [4].

Маркетинг – процесс планирования и управления разработкой товаров и услуг, ценовой политикой, продвижением товаров к покупателям и сбытом.

От глубины и качества планирования маркетинговых мероприятий большое значение имеют конкретные результаты работы компании на рынке, финансовая устойчивость организации и ее способность противодействовать натиску других компаний данной отрасли или сферы деятельности.

Фирма не может себе позволить ограничиваться исследованием лишь состояния делового климата на конкретном рынке и в конкурентной среде.

Необходимо осуществлять мониторинг изменений всего комплекса макроэкономической среды той страны, в условиях которой ведется коммерческая деятельность. Также важно вести наблюдение за изменениями в нормативно-правовом законодательстве, особенно в отношении тех законов и инструкций, стандартов и положений, которые затрагивают отрасль непосредственной деятельности компании.

Важно следить и за возможностью применения технических и технологических нововведений. Общий политический климат, изменения и положения социальных групп населения, его доходов и потребностей – это также неотъемлемая сфера регулярной аналитической работы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Васильева, М.В. Управление маркетинговой деятельностью ВУЗа [Текст] / М.В. Васильева // Экономические и гуманитарные науки. – 2012. – №2. – С. 3-10.
2. Иванов, А.А. Спортивный маркетинг как комплекс маркетинговых коммуникаций на рынке товаров и услуг спорта [Текст] / А.А. Иванов // Экономические и гуманитарные науки. – 2013. – №5. – С. 104-133.
3. Пономарев, А.И. Повышение роли маркетинга взаимодействия и маркетинга от потребителя в управленческой деятельности [Текст] / А.И. Пономарев, Т.В. Крючкова // Экономические и гуманитарные науки. – 2013. – №7. – С. 108-115.
4. Пономарев, А.М. Теоретические основы маркетинг-менеджмента креативной организации [Текст] / А.М. Пономарев, А.И. Пономарев // Экономические и гуманитарные науки. – 2012. – №4. – С. 117-127.
5. Попова, Л.В. Контроллинг: Учебное пособие [Текст] / Л.В. Попова, Р.Е. Исакова, Т.А. Головина. – М: Издательство «Дело и Сервис», 2003. – 192 с.

Васильева Марина Владимировна

ФГБОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК»

Декан Финансового факультета, доктор экономических наук, профессор кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение»

302040, г. Орел, Наугорское шоссе, 29

Тел.: (4862) 41-98-60

E-mail: vita_977@mail.ru

M.V. VASIL'EVA

CONTENTS OF THE MARKETING ANALYSIS

In article the theoretical maintenance of stages of market research is considered, and also the characteristic of features of methods of the marketing analysis is given.

Keywords: *marketing analysis, market research, competition.*

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Vasil'eva, M.V. Upravlenie marketingovoj dejatel'nost'ju VUZa [Tekst] / M.V. Vasil'eva // Jekonomicheskie i gumanitarnye nauki. – 2012. – №2. – S. 3-10.
2. Ivanov, A.A. Sportivnyj marketing kak kompleks marketingovyh kommunikacij na rynke tovarov i uslug sporta [Tekst] / A.A. Ivanov // Jekonomicheskie i gumanitarnye nauki. – 2013. – №5. – S. 104-133.
3. Ponomarev, A.I. Povysenie roli marketinga vzaimodejstvija i marketinga ot potrebitelja v upravlencheskoj dejatel'nosti [Tekst] / A.I. Ponomarev, T.V. Krjuchkova // Jekonomicheskie i gumanitarnye nauki. – 2013. – №7. – S. 108-115.
4. Ponomarev, A.M. Teoreticheskie osnovy marketing-menedzhmenta kreativnoj organizacii [Tekst] / A.M. Ponomarev, A.I. Ponomarev // Jekonomicheskie i gumanitarnye nauki. – 2012. – №4. – S. 117-127.
5. Popova, L.V. Kontrolling: Uchebnoe posobie [Tekst] / L.V. Popova, R.E. Isakova, T.A. Golovina. – M: Izdatel'stvo «Delo i Servis», 2003. – 192 s.

Vasil'eva Marina Vladimirovna

State University-ESPC

Dean faculty of finance, doctor of economic sciences, professor of department «Accounting and taxation»

302020, Orel, Naugorskoe highway, 29

Ph.: (4862) 41-98-60

E-mail: vita_977@mail.ru

Е.В. САЛОМАТИНА

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ КОМПЛЕКСАХ

Статья посвящена проблеме формирования эффективной системы управления. Рассматриваются подходы и методы в области оценки эффективности корпоративного управления санаторно-курортного комплекса.

Ключевые слова: эффективность, система, корпоративное управление, оценка, корпорация, методика.

Проблема корпоративного управления актуальна для всех хозяйствующих экономических субъектов, в особенности для санаторно-курортных комплексов. Первостепенная функция корпоративного управления состоит в предупреждении и разрешении как внутренних, так и внешних конфликтов, ведь бесконфликтная ситуация внутри компании – это залог ее успеха и выживания в агрессивной конкурентной среде.

На сегодняшний день корпорация является сложной социально-экономической системой, которая интегрирует разнообразные ресурсы и факторы для осуществления хозяйственной деятельности и достижения поставленных целей.

В условиях современного рынка хозяйственной деятельности предприятия большое внимание уделяется проблеме формирования эффективной системы управления, которая учитывает даже незначительные изменения внутренней и внешней экономической среды.

Наличие эффективной, отлаженной системы стратегического управления позволяет корпорации решать следующие задачи:

- видеть будущее и определять путь достижения стратегических целей;
- повышать стоимость бизнеса и его инвестиционную привлекательность;
- увеличивать прибыльность и рентабельность;
- эффективно использовать ресурсы в условиях их ограниченности;
- наполнять оперативную деятельность стратегическим смыслом;
- контролировать оперативную деятельность и достигать поставленные цели;
- поднимать производительность труда [6].

Система стратегического управления является инструментом высшего руководства, ее отсутствие или низкое качество не позволяет корпорации эффективно развиваться в долгосрочной перспективе. Развитие рыночной экономики и повышение конкуренции настоятельно требует внедрение новых концептуальных подходов к совершенствованию системы стратегического управления корпорацией [6].

Анализ эффективности системы управления становится востребованным в период создания или реорганизации холдинговых структур. В данном случае выделяют две модели диагностики системы управления.

1. Механическая модель. Она рассматривает экономический субъект как механизм, который представляет комбинацию основных производственных факторов: средства производства, сырье и материалы, рабочая сила. Школа научного управления Ф. Тэйлора и М. Вебера является теоретической базой данного подхода, где большое значение отдается анализу технико-экономических связей и зависимости различных факторов производства.

2. Гуманистическая модель. В данной модели компания представляется как коллектив людей, которые осуществляют общую работу на принципах разделения и кооперации труда, однако важнейшим фактором производительности выступает человек и его социальная деятельность. Компонентами модели являются такие составляющие как

внимание к работающим, мотивация, коммуникация, непосредственное участие в принятии решений.

Оба этих подхода имеют общую черту, которая заключается в однозначно определенной цели организации, которая принимается всеми участниками управленческой деятельности.

В современных российских условиях в области оценки эффективности корпоративного управления выделяют два принципиальных подхода:

- качественный;
- количественный.

В качественном подходе оценки эффективности выделяют сравнительный метод и метод оценки риска.

Сравнительный метод состоит в сравнении внутренних и внешних механизмов в различных условиях хозяйствования корпорации. Использование сравнительного метода требует проведения экспертной оценки внешних механизмов корпоративного управления: развитость законодательства в области корпоративного управления, степень использования, развитость фондового рынка. К внутренним же механизмам относятся:

- соотношение внутренних и внешних директоров;
- численность совета;
- методика оценки эффективности работы менеджеров.

Метод оценки рисков корпоративного управления был разработан специалистами инвестиционной компании Brunswick UBS Warburg, которая специализируется на операциях на фондовом рынке, брокерских и депозитарных услугах, на котировках ценных бумаг. Данный метод базируется на агрегации разнообразных реально существующих и потенциальных рисков, которые непосредственно связаны с корпоративным управлением.

Анализ экономической эффективности предполагает вычисления абсолютной и сравнительной эффективности затрат производства.

Абсолютная эффективность, рассчитываемая по каждому анализируемому объекту, характеризует общую величину эффекта, который получается в результате совершенствования системы управления производством.

Сравнительная эффективность дает возможность определить преимущества одного варианта по сравнению с другим, а также степень приближения выбранного варианта к оптимальному [3].

Количественная методика оценки эффективности корпоративного менеджмента основывается на анализе финансового состояния корпорации. В данной методике определяется рыночная стоимость на основе оценки капитализации дохода корпорации и определение рыночной стоимости на основе курсовой стоимости акций корпорации. При определении курсовой стоимости акций необходимо сравнивать их стоимость в текущем периоде и в предыдущем. Для определения влияния качества корпоративного управления на эффективность ее деятельности используют два типа показателей: показатели, определяющие эффективность и стоимость компании.

В показатели операционной эффективности входят:

- рентабельность собственного капитала;
- рентабельность продаж;
- темп роста продаж;
- рентабельность активов;
- рентабельность инвестиций;
- отношение рентабельности инвестиций к затратам на капитал.

В общем виде эффективность управленческой деятельности определяется

отношением результата функционирования системы управления (результатирующая составляющая) к затратам управленческой деятельности или объему использованных ресурсов (затратная составляющая).

Результаты функционирования системы управления отражаются в качестве конечных показателей деятельности или показателей экономической эффективности деятельности:

- валовой доход;
- прибыль;
- уровень рентабельности;
- объем производства;
- товарооборот и др.

Затратная составляющая представляет собой соответствующие трудовые, материальные и финансовые затраты или ресурсы, обеспечивающие содержание или функционирование системы управления. Эти затраты не связаны напрямую с производством и являются издержками управления. Совокупные издержки на управление являются частью издержек производства [4].

В последнее время в экономической литературе в качестве показателя стоимости хозяйственного субъекта, акции которого обращаются на рынке, используют Q Тобиана. Коэффициент Тобиана – это отношение стоимости акций к балансовой стоимости акций компании. Это соотношение было разработано в 1969 году американским экономистом Джеймсом Тобином. Также данный показатель позволяет определить стоимость рынка в целом. Исчисляется как соотношение стоимости всего фондового рынка к совокупной стоимости капитала компаний.

Существуют непубличные компании, акции которых не котируются на фондовом рынке, следовательно, определение их рыночной стоимости затруднительно, так как невозможно определить рыночную капитализацию.

Эффективность управления определяется не только по конечным экономическим результатам работы экономического субъекта, но и по параметрам скорости принятия и отдачи от управленческого решения, которые измеряются в стоимостных показателях. Для определения эффективности отдельного решения сравниваются планируемые и фактические данные, которые измеряют полученную отдачу от решения. Следовательно, эффективность системы внутрифирменного менеджмента определяется как экономический эффект от принятия управленческих решений.

Для определения эффективности деятельности корпоративных структур целесообразно обратиться к оптимизационным моделям. Концептуальной основой для методологических разработок в этом направлении могут быть принципы системного подхода, в рамках которого система деятельности корпорации рассматривается как единый объект с упорядоченной структурой и взаимосвязями. С точки зрения научной логики, этот метод можно характеризовать как наиболее полный, точный и достоверный, способный теоретически обосновать экономически целесообразное решение и предложить пути его практической реализации.

Оптимизационные модели вместе с имитационными и экспертными образуют блок проблемно-ориентированных моделей, направленных на поиск лучших предпринимательских решений и предусматривающих их последующую реализацию. Процесс, при котором осуществляется выбор варианта (в данном случае совокупности решений и мероприятий), лучшего из всех возможных, называется процессом оптимизации, а сам такой выбор – условием оптимальности.

В процессе оптимизации предпринимательских решений очень важно использовать верные, научно-обоснованные критерии. Критерием оптимальности является

количественный показатель, имеющий предельную меру, и пригодный для сравнительной оценки различных вариантов [1].

Для оценки результатов деятельности корпораций часто используется методика оценки рентабельности собственных капиталовложений, разработанная корпорацией DuPont:

$$ROI = (D / K) - (D / V) \times (A / K)$$

где *ROI* – рентабельность инвестиций;

D – прибыль за рассматриваемый период;

K – инвестированный собственный капитал (значение на начало периода или среднее за период);

V – оборот (объем продаж) за рассматриваемый период;

A – суммарные активы организации в денежном выражении (значение на начало периода или в среднем за период).

Методика DuPont основывается на познании зависимости между различными финансовыми показателями. Используя ее, можно определить, какие составляющие бизнеса и в какой мере следует изменить, чтобы добиться запланированных ключевых показателей [1].

Выбор наилучшего варианта системы управления – это комплексная задача, решить которую можно только путем глубокого организационно-технического и социально-экономического анализа производства в целом. Следовательно, эффективность системы управления предприятием не может быть определена каким-то одним показателем. Необходимо разработать целую систему показателей, так как экономическая эффективность системы управления производством проявляется, главным образом, в косвенном, а не в прямом эффекте. Она сказывается в улучшении результатов работы предприятия благодаря более рациональной организации производственно-хозяйственной деятельности. Вместе с тем, повышение уровня организации системы управления создает благоприятные условия для повышения эффективности производства в целом при снижении удельных затрат на аппарат управления [3].

Основным показателем, к которому стремится корпоративное управление санаторно-курортного комплекса независимо от экономической и корпоративной модели развития, является эффективность корпоративного управления.

Основные характерные черты эффективного управления санаторно-курортного комплекса заключаются в следующем:

- 1) защита и обеспечение прав и интересов всех акционеров;
- 2) прозрачность информации о деятельности санаторно-курортного комплекса;
- 3) независимость директоров, которая состоит в определении стратегии комплекса, утверждение бизнес-плана и т.д.;
- 4) подотчетность акционерам;
- 5) ответственность за соблюдение законов и этических норм.

Следует понимать, что эффективное корпоративное управление на уровне санаторно-курортного комплекса позволяет получить максимальную прибыль, однако при этом должны быть соблюдены интересы акционеров и всех заинтересованных лиц. Данная связь прослеживается из традиционной концепции корпоративного управления, согласно которой с повышением благосостояния компании повышается и благосостояние ее акционеров.

Стержневым направлением в управлении хозяйственной деятельностью курортной организации являются: управление ее финансово-экономической деятельностью; управление

экономической эффективностью производства услуг; управление качеством санаторно-курортных услуг и их конкурентоспособностью с учетом организационно-экономических факторов, влияющих на результаты функционирования организаций санаторно-курортного комплекса [5].

Для оценки общей эффективности деятельности санаторно-курортного комплекса выделяют компоненты экономической, медицинской и социальной эффективности в совокупности, однако, за основу можно принять и одну компоненту. Следует отметить, что эффективность данных компонентов определяется также и с позиции потребителя данных услуг. Рациональное применение любого компонента экономического потенциала санаторно-курортного комплекса сопряжено с уменьшением прямых и косвенных затрат, которые возникают при предоставлении санаторно-оздоровительных услуг.

Анализ корпоративного управления санаторно-курортного комплекса представляет собой совокупность информационно-аналитических методов и технологий, которые позволяют изучить и оценить как комплексную деятельность, так состояние и специфику каждого компонента.

Основным показателем, который предоставляет комплексную оценку медицинской эффективности, является коэффициент медицинской эффективности. Данный показатель учитывает медицинскую результативность, дает оценку диагностической, лечебной и оздоровительной деятельности, учитывает медицинскую результативность, использование медицинского оборудования и качество оказываемых услуг. Отправными данными в оценке медицинской эффективности выступают число отдыхающих, которые выбыли с положительной динамикой, количество диагностических исследований и физиотерапевтических процедур, а также количество дефектов в медицинской деятельности.

Следующим аспектом в оценке эффективности деятельности санаторно-курортного комплекса является социальная эффективность, которую можно оценить с точки зрения доступности лечения и оздоровления населения. Необходимо также учитывать тот факт, что санаторно-курортный комплекс является поставщиком рабочих мест. Доступность услуг оценивается путем расчета коэффициента, устанавливающего соотношение средней заработной платы по территории и средней цены путевки, а также соотношение прожиточного минимума и средней цены путевки.

Большое значение в деятельности санаторно-курортного комплекса являются стоимостные показатели медицинской деятельности. Следовательно, стоимость путевки, с одной стороны, должна соответствовать затратам на лечебно-диагностический процесс, что вызовет положительную динамику развития данного комплекса, а с другой – быть в рамках материальных возможностей учреждений, компаний и частных лиц, которые будут приобретать данные путевки.

Комплексная оценка эффективности деятельности рассчитывается при помощи коэффициента общей эффективности. Данный коэффициент определяется как средняя взвешенная арифметическая величина оценочных показателей отдельных компонентов эффективности, которая корректируется с учетом их значимости.

Диагностику состояния санаторно-курортного комплекса можно осуществить в рамках основных блоков:

1. Природно-ресурсный потенциал и степень его использования.
2. Научно-исследовательская база санаторно-курортного комплекса.
3. Анализ и оценка блока лечебно-профилактических учреждений и организаций.
4. Обслуживающая инфраструктура и ее влияние на развитие комплекса.
5. Рекреационный блок и его использование [2].

Самый веский аргумент в пользу усовершенствования системы корпоративного управления состоит в том, что такое усовершенствование способствует росту прибыльности компании. Все исследования, да и просто здравый смысл показывают, что улучшение системы корпоративного управления напрямую и незамедлительно приводит к повышению стоимости акций компании. Причина очевидна: чем лучше система корпоративного управления, тем выше уровень доверия инвестора и, следовательно, тем меньше риск и выше стоимость. Кроме того, естественно, что рост стоимости компании соответствует основной задаче совета директоров, заключающейся в максимальном увеличении ее привлекательности для акционеров [1].

Можно сделать вывод, что системная эффективность непосредственно зависит от рационально организованного управления, а именно от эффективного распределения функций корпоративного управления. Следовательно, необходимо улучшать эффективность системы управления посредством повышения качества организационной структуры и процессом принятия управленческих решений. Оценка эффективности выступает критерием целесообразности системы управления корпорации и определяет характер дальнейшего функционирования хозяйствующего субъекта. Так как эффективность – это сложная система, которая состоит из экономических, медицинских и социальных компонентов, то необходимо проводить комплексную оценку деятельности санаторно-курортных комплексов, используя методические подходы и организационные технологии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Асаул, А.Н. Менеджмент корпорации и корпоративное управление [Текст] / А.Н. Асаул, В.И. Павлов, Ф.И. Бескиер, О.А. Мышко. – СПб.: Гуманистика, 2006.
2. Асланов, Д.И. Системная диагностика деятельности санаторно-курортного комплекса [Текст] / Д.И. Асланов // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – №3.
3. Сайфиева, С.Н. Оценка эффективности системы управления предприятием [Текст] / С.Н. Сайфиева, М.А. Быкадоров // Тезисы докладов Седьмого Всероссийского симпозиума «Стратегическое планирование и развитие предприятий». – Секция 2. – ЦЭМИ РАН. – апрель 2006. – С. 205.
4. Семенов, А.К. Основы менеджмента [Текст] / А.К. Семенов, В.И. Набоков. – М.: Дашков и К, 2008.
5. Цушба, А.С. Методические аспекты формирования системы показателей, характеризующих комплексную эффективность оказания санаторно-курортных услуг [Текст] / А.С. Цушба // Управление экономическими системами. – 2011. – №4.
6. Яремчук, Е.Н. Совершенствование системы стратегического управления корпорацией промышленности [Текст] / Е.Н. Яремчук // Экономические науки. – 2011. – №1 (74).

Саломатина Евгения Вадимовна

ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар

Аспирант кафедры мировой экономика и менеджмент

350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

Тел.: 8(861)219-95-01

E-mail: Salomatina86@mail.ru

E.V. SALOMATINA

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF THE CORPORATE GOVERNANCE SYSTEM IN SANATORIUM-RESORT COMPLEXES

The article covers the problem of forming an effective management system. Considered the approaches and methods in the field of evaluation the effectiveness of corporate governance.

Keywords: *efficiency, system, corporate management, evaluation, corporation, methodology.*

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATED)

1. Asaul, A.N. Menedzhment korporacii i korporativnoe upravlenie [Tekst] / A.N. Asaul, V.I. Pavlov, F.I. Beskier', O.A. Myshko. – SPb.: Gumanistika, 2006.
2. Aslanov, D.I. Sistemnaja diagnostika dejatel'nosti sanatorno-kurortnogo kompleksa [Tekst] / D.I. Aslanov // *Sovremennye problemy nauki i obrazovanija*. – 2012. – №3.
3. Sajfieva, S.N. Ocenka jeffektivnosti sistemy upravlenija predprijatijem [Tekst] / S.N. Sajfieva, M.A. Bykadorov // *Tezisy dokladov Sed'mogo Vserossijskogo simpoziuma «Strategicheskoe planirovanie i razvitie predprijatij»*. – Sekcija 2. – CJeMI RAN. – aprel' 2006. – S. 205.
4. Semenov, A.K. Osnovy menedzhmenta [Tekst] / A.K. Semenov, V.I. Nabokov. – M.: Dashkov i K, 2008.
5. Cushba, A.S. Metodicheskie aspekty formirovanija sistemy pokazatelej, harakterizujushhih kompleksnuju jeffektivnost' okazanija sanatorno-kurortnyh uslug [Tekst] / A.S. Cushba // *Upravlenie jekonomicheskimi sistemami*. – 2011. – №4.
6. Jaremchuk, E.N. Sovershenstvovanie sistemy strategicheskogo upravlenija korporaciej promyshlennosti [Tekst] / E.N. Jaremchuk // *Jekonomicheskie nauki*. – 2011. – №1 (74).

Salomatina Eugene Vadimovna

Kuban state university, Krasnodar

Postgraduate student of the department of global economics and management

350040, Krasnodar, St. Petersburg, Stavropol, 149

Ph.: 8(861)219-95-01

E-mail: Salomatina86@mail.ru

ЖАН ПОЛЬ ГИШАР

ОТКРЫТОЕ ЛЕКЦИОННОЕ ЗАНЯТИЕ НА ТЕМУ «МЕРКАНТИЛИЗМ И КРИЗИС»

Представлен краткий обзор открытого лекционного занятия на тему «Меркантилизм и кризис». Меркантилизм лежит в основе трех самых больших экономических кризисов.

Ключевые слова: открытая лекция, меркантилизм, кризис.

ФГБОУ ВПО «Государственный Университет - УНПК», Орловское региональное отделение Общественной организации «Вольное экономическое общество России» и Совет молодых ученых 14-15 апреля 2014 г. организовали открытые лекционные занятия на тему «Меркантилизм и кризис», лектором которых являлся профессор Университета Ниццы – Софии Антиполис Жан Поль Гишар.

Свое выступление профессор Университета Ниццы начал с небольшого экскурса в историю развития двойного налогообложения, назвал страны, в которых были впервые введены законы по избежанию двойного налогообложения, а также обосновал необходимость пункта о наследовании в данных законах. В своем докладе ученый акцентировал внимание на научный труд английского экономиста Уильяма Пети «Политическая арифметика», в котором содержатся два основных постулата необходимые для развития экономики: иерархия видов деятельности; необходимость заниматься экспортом. Согласно последнему, экспорт должен быть больше импорта. Если данное условие выполняется, то начинается приток золота в страну, а золото, согласно меркантилизму, равняется «абсолютному» богатству.

Однако, длительное время меркантилистов не воспринимали в серьез, именно из-за того, что они уделяли огромное внимание золоту. Жан Поль Гишар представил аудитории схему, которая демонстрирует важность выполнения условия превышения экспорта над импортом. Данная схема представлена на рисунке 1.

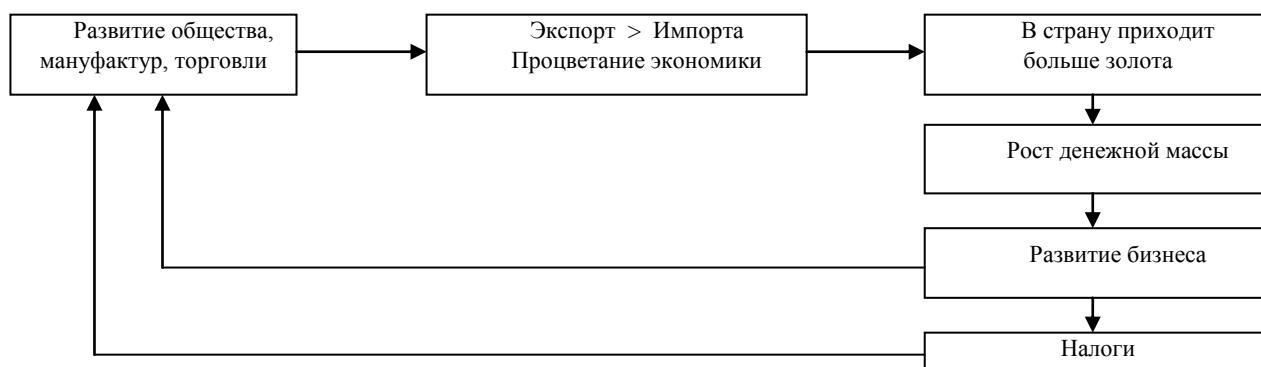


Рисунок 1 – Роль меркантилистских принципов в развитии экономики

В своем выступлении Жан Поль Гишар остановился на особенностях испанского меркантилизма, а также представил схему действий Испании и последствия (рис. 2).



Рисунок 2 – Действия Испании с точки зрения меркантилизма

Так же слушателям были раскрыты причины трех крупных кризисов в истории с точки зрения меркантилизма.

Первый кризис – депрессия в Европе в период с 1873 по 1896 годы, связанная с крахом банковской системы в Вене.

Во втором кризисе выделены два периода:

1) кризис США с 1920 по 1929 годы.

Кризис США – это кризис перепроизводства. Он не был неожиданным. В той ситуации существовало большое предложение и малый спрос, следовательно, было необходимо стимулировать спрос;

2) кризис в Европе с 1929 по 1949 годы.

Кризис в Европе – это долговой кризис, вызванный долгом европейских государств перед США. При этом, по мнению Жана Поля Гишара, падение Wall Street стало всего лишь катализатором начала европейского кризиса, но никак не основополагающим фактором.

Третий кризис – это кризис с 2007 год по настоящее время, который связан, по его мнению, с дефицитом торговли.

Для того чтобы лучше разобраться в современной ситуации Жан Поль Гишар воспользовался методом «стилизованых фактов»: делается допущение, что в мире существуют только две страны, чтобы показать связь дефицит-профицит.

В своем примере он рассмотрел две страны с крупнейшими экономиками в мире: США и Китай. Китай для достижения своей конечной цели – мировой гегемонии – с 1989 года следует Стратегии Завоевательного Меркантилизма, основным принципом которого является Тоталитарный режим. Китаю уже удалось заставить своих основных соперников, США и его сторонников, изменить позицию в рамках Большого кризиса и теперь он старается поддерживать эту ситуацию. С помощью данного метода он наглядно продемонстрировал взаимосвязь между огромным экспортом и конкурентоспособностью Китая и торговым дефицитом США.

В заключение выступления лектор ответил на вопросы присутствующих, был сделан вывод об актуальности выбранной темы и заинтересованности студентов в научно-исследовательской работе не только в рамках региона и страны, но и в условиях международной интеграции. На лекции присутствовало около 50 человек. Материалы лекции представляют интерес для представителей органов власти и бизнеса, молодых ученых и студентов, предпринимателей и работников предприятий различных отраслей.

Гишар Жан-Поль

Университет Ниццы – Софии Антиполис
Доктор экономических наук, профессор

Совет молодых ученых ФГБОУ ВПО «Госуниверситет-УНПК»

Председатель – доктор экономических наук, профессор **Маслова Ирина Алексеевна**

Ученый секретарь – кандидат экономических наук **Гудков Александр Александрович**

302020, г. Орел, Наугорское шоссе, 40

Тел./факс: 8 (4862) 41-98-60

E-mail: cys.fed@gmail.com

JEAN-PAUL GUICHARD

OPEN LECTURES ON THE TOPIC «MERCANTILISM AND THE CRISIS»

*Presents a brief overview of public lectures on the theme of «Mercantilism and the crisis».
Mercantilism is the basis of the three biggest economic crises.*

Keywords: open lecture, mercantilism crisis.

Guichard Jean-Paul

L'Universite Nice Sophia Antipolis
Doctor of economic sciences, professor

The Council of young scientists State University-ESPC

The chair – doctor of economic sciences, professor **Maslova Irina Alekseevna**

Scientific secretary – candidate of economic sciences **Gudkov Aleksander Aleksandrovich**

302020, Orel, Naugorskoe highway, 40

Ph./Fax: 8 (4862) 41-98-60

E-mail: cys.fed@gmail.com

Уважаемые авторы!
Просим Вас ознакомиться с основными требованиями
к оформлению научных статей.

- Объем материала, предлагаемого к публикации, измеряется страницами текста на листах формата А4 и содержит от 4 до 9 страниц; все страницы рукописи должны иметь сплошную нумерацию.

- Статья предоставляется в 1 экземпляре на бумажном носителе и в электронном виде (по электронной почте или на любом электронном носителе).

- В одном номере может быть опубликована только **одна** статья **одного** автора, включая соавторство.

- Статья должна быть набрана шрифтом Times New Roman, размер 12 pt с одинарным интервалом, текст выравнивается по ширине; абзацный отступ – 1,25 см, правое поле – 2 см, левое поле – 2 см, поля внизу и сверху – 2 см.

- Статье должен быть присвоен индекс УДК.

- Название статьи, а также фамилии и инициалы авторов обязательно дублируются на английском языке.

- К статье прилагаются аннотация и перечень ключевых слов на русском и английском языке.

- В конце статьи приводятся:

- библиографический список, на который автор ссылается в тексте статьи;
- сведения об авторах в такой последовательности: фамилия, имя, отчество; учреждение или организация, ученая степень, ученое звание, должность, адрес, телефон, электронная почта.

- В тексте статьи желательно:

- не применять обороты разговорной речи, техницизмы, профессионализмы;
- не применять для одного и того же понятия различные научно-технические термины, близкие по смыслу (синонимы), а также иностранные слова и термины при наличии равнозначных слов и терминов в русском языке;
- не применять произвольные словообразования;
- не применять сокращения слов, кроме установленных правилами русской орфографии, соответствующими государственными стандартами.

- Сокращения и аббревиатуры должны расшифровываться по месту первого упоминания (вхождения) в тексте статьи.

- **Формулы** следует набирать в редакторе формул Microsoft Equation 3.0. **Формулы, внедренные как изображение, не допускаются!**

- **Рисунки** и другие иллюстрации (чертежи, графики, схемы, диаграммы, фотоснимки) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые.

- Подписи к рисункам (полужирный шрифт курсивного начертания 10 pt) выравнивают по центру страницы, в конце подписи точка не ставится:

Рисунок 1 – Текст подписи

С полной версией требований к оформлению научных статей Вы можете ознакомиться на сайте www.gu-unprk.ru в разделе «Научные периодические издания»

Плата с аспирантов за опубликование статей не взимается.

Материалы статей печатаются в авторской редакции
Право использования произведений предоставлено авторами на основании
п. 2 ст. 1286 Четвертой части Гражданского Кодекса Российской Федерации

Адрес учредителя журнала:

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Государственный университет - учебно-научно-производственный комплекс»
302020, г. Орел, Наугорское шоссе, 29
Тел.: (4862) 42-00-24
Факс: (4862) 41-66-84
www.gu-unpk.ru.
E-mail: unpk@ostu.ru

Адрес редакции:

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Государственный университет - учебно-научно-производственный комплекс»
302020, г. Орел, Наугорское шоссе, 40
Тел./факс: (4862) 41-98-60
www.gu-unpk.ru.
E-mail: LVP_134@mail.ru.

Материалы статей печатаются в авторской редакции

Право использования произведений предоставлено авторами на основании п. 2 ст. 1286 Четвертой части Гражданского Кодекса Российской Федерации

Корректор, компьютерная верстка
Н.Г. Варакса

Подписано в печать 25.07.2014 г.
Формат 70x108 1/16. Усл. печ. л. 7.
Тираж 1000 экз.
Заказ № 15/14П2

Отпечатано с готового оригинал-макета на полиграфической базе
ФГБОУ ВПО «Госуниверситет - УНПК»
302030, г. Орел, ул. Московская, 65