Учредители
Институт экономики РАН
Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
Ломоносовская школа

Издатель
Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
ISSN 2309-2076

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

Научный журнал

№ 2 - 2016

Решением Президиума Высшей аттестационной комиссии (ВАК) Министерства образования и науки РФ журнал «Экономические системы» включен в перечень рецензируемых научных изданий ВАК.

Главный редактор:
Ларионов И.К. – д.э.н., профессор, заслуженный деятель науки РФ.

Заместители главного редактора:
Лохмачев В.Ф. – к.э.н., доцент;
Ларионова И.И. – член Союза писателей РФ.

Шеф-редактор:
Годунов И.В. – к.э.н., д.ю.н., первый заместитель директора Института автоматизации проектирования Российской академии наук (ИАП РАН).

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ СОВЕТ:

Председатель научно-методического совета:
Сильвестров С.Н. – д.э.н., профессор, заслуженный экономист РФ.

Члены научно-методического совета:
Авдокушин Е.Ф. – д.э.н., профессор, руководитель Центра азиатских исследований Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова;

Герасина О.Н. – д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Экономика и управление организациями» Московского технологического университета;

Шутьков А.А. – д.э.н., профессор, академик РАН.

Редакционный совет:

Председатель редакционного совета:
Городецкий А.Е. – д.э.н., профессор, руководитель научного направления Института экономики РАН.

Члены редакционного совета:
Алиев А.Т. – д.э.н., профессор кафедры «Бухгалтерский учет, финансы и аудит» Московского технологического университета;

Беляева И.Ю. – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Корпоративное управление» Финансового университета при Правительстве РФ;

Дашков Л.П. – д.э.н., профессор, академик РАЕН, генеральный директор Издательско-торговой корпорации «Дашков и К°»;

Есенькин Б.С. – д.э.н., Президент ООО Торговый дом «Библио-Глобус», НП «Гильдия книжников»;

Павленко Ю.Г. – д.э.н., профессор, руководитель Центра социальной политики и гражданского общества Института экономики РАН.

Ответственный секретарь:
Хончев М.А. – к.э.н., доцент кафедры «Экономика и управление организациями» Московского технологического университета.

ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ
И.К. Ларионов
Взаимосвязь денег и денежного обращения с фундаментальными основами ценообразования 2

ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ
Л.П. Дашков, В.В. Мирошниченко
Обоснование необходимости и возможности внедрения инновационных технологий для повышения конкурентоспособности розничных торговых предприятий 5

С.В. Плеханов
Механизм кризиса инвестиционного процесса в отраслях производственной инфраструктуры 9

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
О.Б. Буздалина
Перспективные направления развития малого и среднего бизнеса в России. 18

Е.С. Орлова
Методы оценки конкурентоспособности предприятия 24

Л.П. Дашков, И.Э. Сорокина
Услуги розничной торговли: тенденции трансформации 27

С.В. Лещев
Факторинг как стратегия повышения конкурентоспособности цепей поставок 33

Л.П. Ивлева, Е.А. Кангезова
Учет и оценка интеллектуальной собственности при проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия 36

В.А. Алексунин, Ю.В. Боброва
Противодействие негативным стереотипам социальной сети методами коммуникационного менеджмента 41

А.В. Шаркова, Т.В. Харитонова, А. Кореньков, А.В. Озолина
Перспективные направления развития предпринимательства в сфере общественного питания (на примере сегмента кофеен в Московской области) 44

СИНЕРГИЯ ЭКОНОМИКИ
И.В. Годунов, Ш.Р. Гулиев
Синергетическая экономика 49

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ
М.А. Гуреева
Экономическая безопасность России в условиях обострения и противостояния Западу . . . 54

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА — АЛГОРИТМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ
Е.А.Ехлакова
Противодействие государства теневым экономическим отношениям на основе преобразования отношений собственности 58

ЗАРУБЕЖНАЯ ЭКОНОМИКА
А.С. Трухин
Взаимовыгодное сотрудничество Бразилии со странами – членами ЕС. 61

ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

И.К. Ларионов,
доктор экономических наук, профессор кафедры
«Экономика и управление организациями» ФГБОУ ВО
«Московский технологический университет», заслуженный деятель науки РФ,
главный редактор журнала «Экономические системы»

ВЗАИМОСВЯЗЬ ДЕНЕГ И ДЕНЕЖНОГО ОБРАЩЕНИЯ С ФУНДАМЕНТАЛЬНЫМИ ОСНОВАМИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: определяются новые явления во взаимодействии денежного и ценового механизма системы общественного воспроизводства в условиях его глобальной трансформации на основе информатизации производительных сил.

Ключевые слова: деньги, цены, механизм, воспроизводство, глобализация, трансформация, информатизация.

Деньги исторически и логически возникли и развились из товарного обмена, который в результате образования денег превратился в товарно-денежный обмен. Причем деньги, став одним из полюсов денежно-товарного обмена, уравновешиваемом другим полюсом в виде товарной массы, сохраняют товарную сущность и природу, что позволяет в определенных условиях продавать определенные знаки денег в форме обмена валют разных стран мира.

Классическая теория образования денег, их сущности, функций, механизма денежного обращения, во взаимосвязи с теорией стоимости товара и его цены в качестве денежного выражения последней, что представляет собой глубокую основу механизма ценообразования, представленного К. Марксом в «Капитале», причем во всех его трех томах. Так, в его 1-м Томе даны теоретические основы стоимости и цены товара, характеризуемые в единстве с теорией образования и развития денег. Во 2-м томе излагается теория кругооборота и оборота капитала, который следует учитывать в образовании стоимости и цены товара, механизме денежного образования. 3-й том содержит теорию модифицированной стоимости товара, характеризуя образование капиталистической цены производства. Все вышеназванные теоретико-методологические разработки К. Маркса сохраняют свою значимость и в настоящее время. Однако, чтобы их применять в современных условиях, необходимо в классические положения теории денег, цены, денежного обращения вносить соответствующие изменения, дополнения, обусловленные процессом исторического развития многоуровневой системы общественного воспроизводства.

Прежде чем рассматривать существенно значимые элементы новизны в развитии механизмов денег и цен, следует оговорить два момента.

Во-первых, концентрированное изложение классической теории механизма денег и цен изложено в концентрированном виде в ряде книг, в связи с чем мы не останавливаемся здесь на характеристике этой теории.[1]

Во-вторых, нужно разъяснить вопрос о якобы имеющихся противоречиях между теорией цены на основе трудовой стоимости и маржиналистской теорией ценообразования. Известно, между сторонниками этих теорий давно идут ожесточенные споры, однако, в их основе лежит политический заказ. Те, кто отстаивает теорию трудовой стоимости (К.Маркс и его последователи) пытаются выставить затраты труда в качестве единственного фактора, определяющего основу цены, отрицая роль полезности товара, игнорируя труд капиталиста-предпринимателя по управлению производственным процессом. Маржиналисты наоборот, акцентируют внимание на полезности товара, отрицая роль затрат труда, что соответствует интересам капиталистов, не желающих учитывать затраты труда при распределении доходов общества.

Между тем, ОНЗТ (общественно необходимые затраты труда), объективно лежащие в основе стоимости, принимающие форму цены, определяется на основе двуединства затрат и полезности. Полезность выступает в качестве фильтра, проходя который, ИЗТ (индивидуальные затраты труда) превращаются в ОНЗТ, с приращением или уменьшением, в зависимости от эффекта этих затрат, который выражается в общественной полезности товара – это в своём определении ОНЗТ учитывал и К.Маркс, однако, чтобы не подрывать аргумент в пользу своей теории прибавочной стоимости, он не стал конкретизировать и развивать роль и значение фильтра полезности товара, поскольку она во многом зависит от управленческого труда со стороны капиталиста-предпринимателя. Аналогичным образом выступают маржиналисты. Они утверждают, что цена определяется полезностью для замыкающего, крайнего потребителя, ставя на этом точку и отрицая всякую роль затрат труда. Однако, если поставить вопрос о том, что определяет широту круга потребителей определённого товара, то возникает неизбежный вывод: конкуренция толкает к расширению круга продаж, а уровень издержек определяет возможности такого расширения поскольку уровень издержек – это оборотная сторона уровня производительности труда, следует необходимость признания роли и значения затрат труда (как и затрат других факторов, в том числе капитала) в образовании стоимости цены каждого товара[2].

Объективно обусловленный процесс глобальной трансформации многоуровневой системы общественного воспроизводства на базе развития научно-технического прогресса,

[1] См., в частности: Экономическая теория, Экономические системы: формирование и развитие / Под ред. И.К. Ларионова, С.Н. Сильвестрова. – М.: ИТК «Дашков и Ко», 2012.

[2] См.: Ларионов И.К. Стоимостные рычаги в кругообороте фондов предприятия. – М.: Мысль, 1976; Ларионов И.К. Социально-экономическая система российского общества. – М.: Союз, 1997; Алиев А.Т. Развитие теоретически основ ценообразования в условия эволюции социально-экономических отношений. – М.: Экономика, 2003.

при котором интеллектуальный творчески-созидательный труд становится главным, определяющим, ведущим по отношению к индустриальному производству, базирующимся на индустриальном строго регламентированном труде с применением всё более совершенных систем различного рода машин, прогресс которых определяется именно творчески-созидательным интеллектуальным трудом.

Объективность процесса глобальной трансформации не следует путать с её одновариантным вектором. Направление её развития аналогично разветвлению дерева, когда в той или иной точке его роста возникает альтернативы его направленности.

После сделанных оговорок и уточнений, можно приступить к описанию кардинальных изменений в механизме денег и цен многоуровневого общественного воспроизводства в условиях его глобальной трансформации .

Изменение 1. По мере перехода к информационной стадии развития стадии развития производительных сил, теряется сопоставимость ИЗТ (индивидуальных затрат труда) и ОНЗТ (общественно необходимых затрат труда). Это обусловлено тем, что различие эффективности производительности интеллектуального труда различных работников отличается не в разы, как на индустриальной стадии, а в десятки, сотни, тысячи раз, в отдельных случаях и на порядок. Один человек может дать в науке больший результат, чем тысяча учёных высокой квалификации. В данной связи ОНЗТ в качестве фундаментальной основы стоимости и цены товара (услуги) сохраняет своё значение только в рамках индустриального воспроизводства, но и здесь сведения ИЗТ к ОНЗТ с приращением обуславливается уровнем и качеством научно-технической разработки и управленческого труда, воплощаемого в продукт индустриального производства.

Изменение 2. В составе ОНЗТ, лежащих в основе стоимости продукта, увеличивается доля общественного труда, соответственно сокращается доля живого труда. Это выражается в росте фондоёмкости (капиталоемкости) производимых продуктов.

Изменение 3. Нарастает тренд определения ценности, соответственно и денег, интеллектуального продукта исхода из его общественной полезности (значимости), при отходе на второй план учёта ОНЗТ, связанных с его созданием. При этом ОНЗТ продолжает учитываться, но главным образом, на стадии технико-технической и организационно-управленческой разработки практического использования принципиально нового интеллектуального продукта как такового.

Изменение 4. Вопреки утверждению К.Маркса о наличии законы тенденции нормы прибыли к положению, в связи с сокращением доли живого труда в составе стоимости готового продукта (это базируется на учении о прибавочной стоимости создаваемой живым трудом) действует закон тенденции нормы прибыли к повышению, что обусловлено возрастанием (абсолютным и относительным) доли ценности энергетического эффекта в составе ценности прибавочного продукта. Напомним, что синергетический эффект образуется в результате эффективного комбинирования факторов производства, а само их комбинирование является результатом (полезной отдачей) интеллектуального труда в области управления, с учётом научно-стратегической и научно-практической проработки принимаемого решения, его результатов и прямых и косвенных последствий.

Изменение 5. Нарастает тренд увеличения в составе совокупных затрат на производство продукта доли затрат природных ресурсов, а так же затрат, связанных как с отвлечением денег из быстрого оборота, так и риском потери инвестируемого денежного капитала, что приводит к наслоению на суммарные затраты в денежной форме, затрат на оплату банковских кредитов, и затрат по страхованию инвестиций.

Изменение 6. В связи с необходимостью системной экологизации общественного воспроизводственного процесса, затраты на экологические мероприятия, ложатся во все возрастающей мере на себестоимость и стоимость, соответственно и цены производителей продукции. При этом её потребители оплачивают значительную часть затрат по осуществлению соответствующих экологических программ, однако, далеко не всех. Существует большая группа экологических мероприятий, повышающих качество среды обитания человека, качество его жизнедеятельности и его социального окружения, при том, что данное фиксируется в составе полезности качество не продуктов, поступающих на рынок. Здесь речь идет об общественном потреблении потребляемых людьми благ. Соответственно затраты на такое экологизированное потребления финансируются за счет общества (государства), опосредуясь сферой-процессом распределения в системе общественного воспроизводства.

Изменение 7. Разнородные затраты на создание продукта (труда, природных ресурсов, капитала, продукта интеллектуальных ценностей), а также результаты этих затрат в виде ценности (стоимости) создаваемых продуктов, традиционно измерялись в деньгах, а не в единицах затрат труда или в кВт. часах и т.п., однако такое измерение осуществлялось, прежде всего снизу, начиная с формирования и определения себестоимости товара. Этому соответствует обращение денег, обеспечиваемых золотом и свободно обмениваемых на него. При отмене обмена бумажных денег на золото, определение затрат в деньгах снизу, на микроуровне, начиная с себестоимости, сохраняется, но одновременно всеобщее распространение получает доминирование феномена грета затрат (себестоимости) и результата (цены) сверху, на макроуровне, хотя данный феномен имел место быть и при деньгах, обеспеченных золотом, а не только товарным покрытием. О каком феномене идет речь? Совокупной массе денег в обществе (стране, мире) противостоит совокупная масса товаров (услуг). Эти две совокупные массы постоянно взаимодействуют друг с другом в ходе актов товарно-денежного обмена на микроуровне. В результате каждый товар (услуга) приобретает свою микронишу в совокупной массе денежных средств общества. Величина этой микрониши представляет собой определение цены товара (услуги) на макроуровне, в составе совокупной массы денежных средств общества.

Изменение 8. На порядок усиливается темп общественного воспроизводства, соответственно быстро изменяются уровни цен на товары и услуги, а также соотношение цен на разные товарные группы.

Изменение 9. Рост производительности и эффективности общественного производства в особенности в связи с информационными технологиями и автоматизации производства, приводят к ряду важных последствий:

а) снижается стоимость единицы общественной полезности; б) увеличивается реальная возможность создания изобилия основополагающих потребительских благ, причём высокого качества (жилья, питания, одежды и обуви, бытовой техники, культурно-информационных ценностей, транспорта); в) в условиях нарастания изобилия благ в их оценке увеличивается доля полезности и соответственно, сокращается доля затрат (стоимости). Однако, господство в обществе рыночно-капиталистической системы хозяйствования, не соответствует информационной стадии развития производственных сил, не позволяет в полной мере раскрыться, обозначенным выше трендом. В частности, цена и себестоимость единицы общественной полезности не снижается, а растёт. Обеспечение изобилии основных материальных благ искусственно сдерживается предоставлением части через рынок, в то время как его массовая платёжеспособность «обескровлена». Концентрацией подавляющей массы денег общества у

его явного меньшинства. Для капитализма неприемлема дефляционная экономика, хотя в СССР, в начале 50-х годов XX века она успешно развивалась. Однако, альтернативу капитализму (рыночно-капиталистической системе) предоставляет в будущем не социализм (планово-распределительная система), поскольку обе эти системы являются крайними полюсами индустриальной стадии развития производственных сил, а принципиально новая социально-экономическая система, вбирающая лучшие элементы как планово-распределительных, так и рыночно-капиталистических методов хозяйствования, возвещающих в ходе развития, такую новую систему можно определить, как ЭКОГУМАНИЗМ[1].

Изменение 10. Научно-технический прогресс, включая информационные технологии и автоматизацию, с одной стороны, резко обостряет антагонистические противоречия капитализма, но с другой – в известной мере их сглаживает. Эти противоречия, сами по себе, концентрируются на несовместимости расширения производства, ориентированного на массовые продажи, с относительными сокращениями платёжеспособности спроса на рынке со стороны основной массы населения. Массовая компьютеризация позволила интеллектуальный продукт и услуги такого рода, при котором затраты на них в разы меньше их ценности, что значительно смягчает основное противоречие капитализма. Кроме того, компьютеризация биржевых торгов создала исключительно эффективную для спекулятивных трансакций сферу электронных торгов, которая втягивает в себя свободные денежные средства общества, не позволяя им оказывать инфляционное действие на цены основных потребительских благ. При этом разрастаются сети виртуальных продаж, когда продаются виртуальные ценности исходя из ожидания динамики цен в будущем. При этом манипуляторами фондовых и валютных рынков создаются разного рода денежно-финансовые пирамиды, в фундамент которых положены разного рода спекулятивные трансакции. В частности, экономика США превращена в гигантскую, планетарного масштаба, денежно-финансовою пирамиду, и чем масштабнее пирамида, тем дольше она существует, разрастаясь вглубь и вширь. Однако, все подобные пирамида рано или поздно обречены на полный крах.

Изменение 11. Разрастаются масштабы спекулятивной торговли деньгами, как в виде предоставления кредитов, под ростовщические условия, так и в качестве неэквивалентного обмена валют одних стран, на валюты других. В результате нарастает эксплуатация бедных стран богатыми, которые в свою очередь, эксплуатируются США. Через манипулирование денежно-финансовыми потоками реализуется в глобальном масштабе система неоколониализм.

Изменение 12. С целью уменьшения налогообложения своих доходов, транснациональные корпорации широко применяют механизм трансферных цен, позволяющий фиксировать основную часть прибыли, подлежащую налогообложению, в тех местах земного шара, где уровень налогов минимальный.

Изменение 13. В силу сочетания внутреннего и внешнего контуров общественного воспроизводства в масштабе отдельно взятой страны, с одной стороны, обмена национальной валюты на валюту других государств по курсу, сильно отличающемся от ППС (паритета покупательской способности обмениваемых валют) сильно усложняется процесс обеспечения пропорциональности между денежной и товарной массой национальной экономики в процессе её развития, взаимопереплетаемого с развитием мировой экономики в целом.

Изменение 14. Как современная рыночно-капиталистическая система хозяйствования в условиях глобализации, так и её денежно-финансово-кредитная система вступает в антагонистическое противоречие с дальнейшим развитием человеческой цивилизации. Необходимо зарождение, формирование и развитие принципиально новой денежно-финансово-кредитной системы, сначала в масштабе отдельных стран и регионов мира, а затем и во всех мировой экономике. Начальные шаги в этом направлении делают страны БРИКС.

ЛИТЕРАТУРА

1. Экономическая теория. Экономические системы: Формирование и развитие / Под ред. И.К. Ларионова, С.Н. Сильвестрова. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2012.

2. Экономическая система России. Стратегия развития / Под ред. И.К. Ларионова, С.Н. Сильвестрова. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2014.

3. Алиев А.Т. Развитие теоретических основ ценообразования в условиях эволюции социально-экономических отношений. – М.: Экономика, 2003.

4. Вернимонт Д.Л. Экономическая сущность современных денег и её проявление посредством денежных знаков // Экономические науки. –№2. – 2008.

5. Деньги, кредит, банки / Под ред. О.П. Лаврушина. – М.: Финансы и статистика, 1999.

6. Жириновский В., Юровицкий В. Новые деньги для России и мира. – М.: ИД «Галерея», 1998.

7. Катасонов В. Битва за рубль: национальная валюта и суверенитет России. М.: Книжный мир. 2015.

I.K. Larionov, Ph.D.,

Professor of department of «Economics and Management of organizations» FSBEO HE «Moscow Technological University», Honored Scientist of Russia, chief editor of the journal «Economic systems»

THE RELATIONSHIP OF MONEY AND MONEY CIRCULATION WITH THE FUNDAMENTALS OF PRICING

Abstract: We determined the new phenomena in the interaction of monetary and price mechanism of the system of social reproduction in the conditions of global transformation on the basis of information of the productive forces.

Key words: money, the price mechanism, reproduction, globalization, transformation, informatization.

[1] См. Ларионов И.К. Социально-экономическая система российского общества. – М.: Союз, 1997.; Экономическая система России, Стратегия развития / Под ред. И.К. Ларионова, С.Н. Сильвестрова. – М.: ИТК «Дашков и Ко», 2014.

ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ

Л.П. Дашков,
д.э.н., профессор, профессор Российского университета кооперации, г. Москва;
В.В. Мирошниченко,
аспирант кафедры менеджмента и торгового дела Российского университета кооперации, г. Москвы

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ И ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Инновации, научно-технический прогресс, биотехнологии, нанотехнологии в современных условиях стали основой устойчивого экономического роста развитых стран мира, так как они позволяют удовлетворить потребности общества и населения в разнообразных видах продукции и услуг при существенной экономии материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Современная экономика Российской Федерации находится в достаточно сложном положении. Уже сейчас в развитых странах мира 75-90% прироста ВВП обеспечивается за счет развития инновационного сектора, а в России данный показатель находится только на уровне 10%, что негативно сказывается на общей эффективности экономики. Так, в 2001 году Россия находилась на 78-м месте в мировом рейтинге конкурентоспособности, в 2009 году – на 67-м месте, а в 2013 году – на 64-м[1].

Сегодня конкурентоспособность на отечественном и мировом рынках все больше зависит от продукции и технологий, в основе которых лежит новое знание. К сожалению, многие российские предприятия выпускают продукцию, уступающую по своим качественным характеристикам зарубежным аналогам и не выдерживающую конкуренцию на отечественном и мировом рынках. Это объясняется тем, что на указанных предприятиях преобладают старые технологии, слабо используются достижения современной науки и управления. Если такое положение сохранится, то разрыв в экономическом развитии будет неизбежно нарастать и Россия окажется на второстепенных ролях. Поэтому для современной экономики России так важно использовать инновации как мощный фактор повышения конкурентоспособности предприятий. Только инновационный рост поможет России обеспечить широкое применение новых технологий и создание новых рынков сбыта.

Необходимость внедрения инновационных технологий для экономики страны состоит в следующем:

1. Инновации способствуют возникновению новых высокоэффективных производств и вытесняют с рынка технологически отсталые предприятия, что способствует оптимизации структуры экономики.

2. Инновационный прогресс позволяет повысить уровень жизни населения за счет повышения эффективности производства, роста производительности труда, создания новых высокооплачиваемых рабочих мест, повышается уровень образования и здравоохранения.

3. Переход на инновационный путь развития способствует активизации международного научно-технического сотрудничества. При современных масштабах научно-технического прогресса многие инновационные проекты невозможно осуществить в рамках одной страны, поэтому активно формируется мировая научно-инновационная инфраструктура.

4. Широкое использование инновационных технологий и процессов повышает глобальную конкурентоспособность как национальной экономики в целом, так и конкретных предприятий.

5. Новейшие инновационные технологии способствуют созданию единого рыночного пространства. Наиболее характерным примером является использование сети Интернет, в частности – появление интернет-магазинов, покупки в которых можно совершать, находясь практически в любой точке мира. Таким образом, создается единый рынок, границы которого не поддаются измерению.

6. Инновационный путь развития является важнейшим и необходимым условием укрепления обороноспособности страны, ее экономической и продовольственной безопасности.

Важно подчеркнуть, что необходимость активного внедрения инновационных технологий актуальна не только для промышленности, но и для сферы услуг, в том числе для отрасли торговли.

Следует отметить, что под влиянием возрастающей конкуренции инновации становятся важнейшим фактором обеспечения устойчивого развития предприятий торговли. Внедрение инноваций позволяет использовать более совершенные технологии и организацию торгово-технологического процесса, повысить качество обслуживания, обеспечить успех и эффективность деятельности торговых предприятий.

Проанализируем причины, вызывающие острую необходимость широкого внедрения инновационных технологий в розничной торговле.

Прежде всего, необходимость активного внедрения инновационных технологий в розничной торговле связана с

[1] Аналитическое исследование на основе экспертного опроса «Развитие инновационной составляющей экономики России: перспективы и роль экономической политики» Интернет-источник (http://www.buzdalin.ru/text/innovation_rus.pdf)

проблемой повышения экономической эффективности деятельности розничных торговых предприятий, которая в условиях роста конкуренции становится все более острой. Только широкое применение современных технологий позволяет добиться оптимального использования торговых площадей, оборудования и торгового персонала, обеспечивая высокую эффективность работы торгового предприятия в целом.

Однако в настоящее время такие технологии (зачастую в ограниченных размерах) применяют лишь отдельные крупные розничные торговые сети («Ашан», «Перекресток», «М-видео» и другие). Что касается большинства других розничных торговых предприятий, то на них инновационные технологии, обеспечивающие эффективное использование торговых площадей, оборудования и торгового персонала, практически не применяется или применяется в крайне ограниченных размерах. Особенно это характерно для торговых предприятий потребительской кооперации.

Такое положение связано в значительной мере с тем, что множество магазинов в России расположены в помещениях, не отвечающих современным требованиям по устройству, планировке, техническому оснащению и др. Зачастую они функционируют не в специально построенных для этой цели сооружениях, а в приспособленных помещениях, имеющих пороги и перепады на пути движения товаров, узкие дверные проемы, большое количество колонн в торговом зале и тому подобное. Все это не позволяет широко и эффективно внедрять современное торговое оборудование и инновационные технологии при организации торгово-технологического процесса в таких магазинах.

В сложившихся условиях актуальной становится задача реконструкции многих розничных торговых предприятий с целью модернизации их деятельности на основе широкого внедрения инновационных технологий , что позволит существенно повысить эффективность использования торговых площадей, обеспечить экономию живого труда и повышение его производительности.

Приоритетность реконструкции и технического перевооружения обусловлена ростом объемов товарооборота с меньшими затратами и быстрее, чем при строительстве новых объектов. При реконструкции повышается (с относительно небольшими затратами и в более короткий срок) технический уровень предприятий, быстрее внедряются новые технологии, лучше используются основные фонды.

В сложившихся условиях реконструкция должна стать одним из основных направлений повышения эффективности использования материально-технической базы предприятий торговли. Пустующие площади могут быть переоборудованы под кафе, бары, дискотеки, закусочные, тренажерные залы, бильярдные. Это будет способствовать привлечению населения, особенно молодежи, создаст условия для проведения культурного досуга. Тем самым, следствием реконструкции материально-технической базы станет не только экономический эффект в виде прибыли от функционирования предприятий, но и социальный – в виде улучшения обслуживания и вызванного этим повышения престижа предприятий торговли.

Таким образом, задача повышения экономической эффективности деятельности розничных торговых предприятий является важной, но не единственной причиной необходимости активного использования инновационных технологий в розничной торговле. Не менее значимой в современных условиях становится задача повышения социальной эффективности работы магазина, главным критерием которой является качество торгового обслуживания.

Торговое обслуживание – это совокупность элементов торговой деятельности предприятий розничной торговли по продаже товаров и оказанию услуг населению, направленных на удовлетворение потребительского спроса и получение прибыли.

Как известно, торговое обслуживание населения в розничной торговле характеризуется двумя аспектами – экономическим и социальным.

С экономической точки зрения задачами торгового обслуживания являются ускорение движения товара, сохранение его количества и качества на пути от производства до потребления, рост оборота розничной торговли.

В свою очередь, социальные задачи торгового обслуживания заключаются в удовлетворении спроса населения, формировании его потребностей, повышении уровня жизни.

Главным элементом торгового обслуживания является постоянное наличие в продаже товаров в широком ассортименте и высокого качества, а также предоставление комплекса нужных потребителям услуг. Это позволяет торговому предприятию сформировать постоянный контингент потребителей, привлечь новых потребителей, получить большую прибыль от ведения торговой деятельности.

Надлежащая организация услуг, высокое их качество укрепляют престиж торгового предприятия, способствуют повышению уровня обслуживания, увеличению числа лояльных покупателей, что, в свою очередь, сказывается на росте объемов продажи, улучшении финансово-экономических показателей деятельности.

Вместе с тем, без широкого использования инноваций в организации торгово-технологического процесса невозможно обеспечить современный и конкурентоспособный уровень торгового обслуживания. Речь идет о внедрении и совершенствовании таких апробированных зарубежной и отечественной практикой инноваций, как использование стандартов обслуживания, мерчандайзинга, категорийного менеджмента, интернет-технологий, брендинга и других.

Важно подчеркнуть, что успешное решение задачи инновационного развития розничной торговли требует также соответствующего профессионального уровня работников и инновационных подходов к организации труда. Низкий уровень подготовленности торгового персонала следует отнести к числу важнейших причин, сдерживающих широкое внедрение инновационных технологий в розничной торговле. Для того чтобы эффективно использовать новое оборудование и инновационные технологии, персонал торгового предприятия должен обладать специальными знаниями и квалификацией.

Однако для инновационного развития розничной торговли недостаточно только наличие высокопрофессиональных работников. Важно постоянно совершенствовать организацию и стимулирование труда торгового персонала, занимающегося внедрением инновационных технологий, а также применять наиболее эффективные методы управления.

Следует творчески перенимать накопленный зарубежный опыт в этой области, адаптируя его к российской действительности. Необходимы отечественные научные исследования по проблемам стимулирования заинтересованности торгового персонала в активном внедрении инновационных технологий в торгово-технологический процесс.

Важно подчеркнуть, что возможности внедрения инноваций имеются на всех этапах торгово-технологического процесса розничных торговых предприятий. Рассмотрим некоторые из них более подробно.

Первоначальным этапом торгово-технологического процесса розничных торговых предприятий является приемка товаров по количеству и качеству. На многих предприятиях торговли до сих пор используется устаревшее разгрузочное оборудование, которое значительно задерживает процесс приемки товаров. Для успешного решения данной проблемы, по крайней мере на крупных розничных торговых предприятиях, целесообразно использовать современное оборудование, в котором все операции выполняются машинами и

механизмами без участия грузчиков, все операции осуществляет система машин в соответствии с заданной программой.

Большое значение в облегчении процесса приемки и дальнейшей продажи товаров имеет использование штриховой системы кодирования, которое позволяет автоматизировать процесс обработки данных на всех стадиях движения товара. В штрихкодовой этикетке может быть отражена различная текстовая информация (наименование организации, наименование товара, производитель товара, срок годности, цена) и графическая (например, логотип фирмы).

Штриховая система заложена в принцип работы портативных карманных компьютеров (интегрированная система Personal Digital Assistent). В этом случае персонал магазина получает легкий доступ к информации о наличии товаров на складе. В результате у руководства и сотрудников магазина появляется возможность удовлетворить запросы самых требовательных покупателей и сократить процесс их обслуживания до минимума.

Технология работы с использованием интегрированной системы Personal Digital Assistent следующая: продавец в своем персональном компьютере выбирает понравившийся посетителю товар и отправляет заказ на склад с указанием необходимых реквизитов. Через достаточно короткий период времени покупатель получает требуемый товар. Таким образом, процесс обслуживания упрощается и ускоряется.

Следует подчеркнуть, что задача повышения экономической эффективности деятельности розничных торговых предприятий является важной, но не единственной причиной необходимости активного использования инновационных технологий в розничной торговле. Не менее важной в современных условиях становится задача повышения социальной эффективности работы магазина, главным показателем которой является качество торгового обслуживания.

Важным этапом торгово-технологического процесса магазина является размещение и выкладка товаров в торговом зале. Как показывает накопленный отечественный и зарубежный опыт на данном этапе имеются широкие возможности внедрения инновационных технологий, позволяющих рационально спланировать покупательские потоки, облегчить доступ покупателей к предлагаемым товарам, сократить время на выбор товаров. Одновременно достигается увеличение пропускной способности магазина и сокращение затрат труда торгового персонала розничного торгового предприятия при пополнении товарных запасов в торговом зале. В конечном итоге, возрастают объемы реализации товаров, что способствует росту эффективности работы предприятия розничной торговли.

Одной из таких инновационных технологий является мерчандайзинг, предусматривающий размещение и выкладку товаров в торговом зале с учетом психологии покупателей и широко использующий для продвижения товаров активную рекламу на местах продаж, музыку, запахи, различные цветовые решения и другие.

В качестве примера успешного применения технологий мерчандайзинга можно назвать компанию «ADIDAS», которая использует для активизации продажи товаров интерактивные дисплеи и табло. Так в ряде магазинов эта компания установила виртуальную стену обуви (от англ. Virtual Footwear Wall) с сенсорным управлением. На электронном прилавке покупатель выбирает модель обуви, задаёт нужные цветовые и размерные параметры, управляет изображением и может детально рассмотреть интересующий его товар.

Также хорошо зарекомендовала себя в качестве эффективного инструмента активизации продажи товаров такая инновационная разработка, как виртуальный промоутер, представляющий видеомодель живого промоутера, изготовленную с использованием новых технологий. Виртуальный промоутер является проекционным видеоэкраном или голограммой, в точности повторяющей контуры живого человека. Виртуальный промоутер работает на протяжении дня в торговом зале, качественно доносит до посетителей промотекст и использует 3D-графику для более наглядной демонстрации особенностей продвигаемых продуктов. Такая технология используется, в частности, в магазине «Карусель».

Указанные выше инновационные технологии позволяют гораздо эффективнее осуществлять продвижение товаров до покупателей.

Широкие возможности внедрения инновационных технологий в торгово-технологический процесс розничных торговых предприятий можно использовать для формирования оптимального ассортимента товаров.

В современных условиях задача формирования оптимального ассортимента товаров в магазине существенно усложняется. Это связано, с одной стороны, с заметным расширением ассортимента товаров, появлением множества новых товаров, увеличением числа поставщиков и других факторов, а с другой стороны – с возрастанием запросов потребителей, которые становятся все более разнообразными.

Для решения задач оптимизации ассортимента товаров розничные торговые предприятия (прежде всего розничные торговые сети) используют компьютерные программы, формирующие специальные ассортиментные матрицы. Например, программное обеспечение KonSi Assortment Optimization применяется для определения оптимального перечня товаров в ассортименте торгового предприятия для получения высоких результатов от продажи, а также планирования закупок с учетом оборачиваемости товарных групп[1].

Одним из эффективных методов управления ассортиментом товаров является использование категорийного менеджмента , при котором каждая товарная категория рассматривается как самостоятельная бизнес-единица. Цели категорийного менеджмента заключаются в максимальном удовлетворении потребностей покупателей и одновременно в повышении эффективности взаимодействия между поставщиком и продавцом. Этот процесс необходим для увязывания различных блоков логистических цепочек в продвижении товара, где каждая категория товара выступает как самостоятельная и главная бизнес-единица, вокруг которой выстраивается вся схема работы торговой компании, направленная на обеспечение максимальных финансово-экономических результатов.

Большие возможности внедрения инновационных технологий имеются в сфере рекламно-информационной деятельности розничных торговых предприятий. В современном мире реклама стала более активно использоваться для продвижения товаров и услуг. Особенное распространение она получила в сети Интернет, социальных сетях. В то же время баннеры, вывески, рекламные щиты уже уходят на второй план. Поэтому перед разработчиками рекламы в последнее время стала важнейшая задача – повысить эффективность рекламы за счет применения инновационных подходов к ее созданию и доведению до конечного потребителя.

В частности, на практике должны более широко использоваться такие инновационные разработки, как создание иллюзионной рекламы, использование экстендеров, ситибордов, билбордов, плазменных пламеней, QR-кода. Особый интерес представляют инновационные решения в сфере рекламы, предусматривающие применение 3D-иллюзий, технологий InDoor TV и X3D video и другие.

Особые возможности внедрения инновационных технологий появляются при использовании на предприятиях торговли интернет-технологий. Поскольку инновационные преобразования в этой сфере происходят стремительно, с появлени-

[1] Интернет-источник http://www.assortment-analysis.ru/

ем сети Интернет наблюдается переход от традиционной системы продаж, основанной на изучении запросов нескольких групп потребителей, к системе, предусматривающей индивидуальный подход к учету потребностей каждого потребителя (категорийный менеджмент). Интернет-технологии позволяют, например, розничным торговым предприятиям, владеющим полной информацией о клиенте, эффективно использовать каналы прямых продаж, сокращая издержки и стоимость товара для конечного пользователя.

Интернет-магазины существенно уменьшают издержки производителя, экономят на содержании обычного магазина, расширяют рынки сбыта, существенно повышая при этом возможности покупателя – приобретать любой товар, в любое время, в любой стране, в любом городе, в любое время суток, в любое время года. При этом появляется возможность быстрого обмена информацией в соответствии с возрастающим спросом потребителей, использования различных приложений для удобства покупателям пользоваться сайтом, что дает интернет-магазинам неоспоримое преимущество перед обычными розничными торговыми предприятиями.

Широкие возможности внедрения инновационных технологий в торгово-технологическом процессе наглядно видны на примере использования компьютерных технологий, таких как электронные коммуникации, мобильная связь и другие. Все они повышают технические возможности обеспечения высокого качества обслуживания покупателей. Обращение при продаже товаров и услуг к использованию многочисленных видов электронных коммуникационных устройств (смартфонов, планшетов) позволяет повысить лояльность потребителей и получить высокий экономический и социальный эффект для розничных торговых предприятий. Учитывая, что в числе указанных пользователей свыше 65% оставляет молодежь (люди в возрасте до 30 лет, обладающие высоким уровнем адаптивности к новизне), процесс создания нового информационного пространства продаж будет идти высокими темпами[1].

Организация обслуживания покупателей является одним из важнейших этапов торгово-технологического процесса, где ярко выражена необходимость внедрения инновационных технологий. С повышением уровня доходов у населения усиливается потребность в экономии времени, энергии и сил. Потребители все более ценят время, которое тратят на посещение магазинов. Они стремятся приобретать товары в «удобных» магазинах, супермаркетах, в сети Интернет или заказывая их по каталогам.

В сложившихся условиях «удержать» постоянных клиентов и привлечь новых покупателей можно только при активном использовании инновационных технологий для улучшения обслуживания потребителей. В частности заслуживает внимания опыт применения на крупных розничных торговых предприятиях стандартов обслуживания, которые значительно повышают эффективность деятельности торговых организаций и приводят к повышению их конкурентоспособности на рынке.

Неоспоримым является тот факт, что внедрение любой инновации возможно только при активном содействии персонала предприятия. Как известно, использование инноваций влечет за собой изменение условий труда и организации трудового процесса, появление других факторов, которые не всегда воспринимаются позитивно со стороны работников организации.

Возникает явное противоречие: с одной стороны, розничное торговое предприятие заинтересовано в инновационном развитии, позволяющем повысить эффективность его деятельности, а с другой – персонал организации, психологически и зачастую из-за недостаточного профессионального уровня не готов активно поддерживать внедрение инноваций. Для разрешения данного противоречия при проведении кадровой политики необходимо разрабатывать и осуществлять конкретные меры по психологической адаптации и повышению профессионального уровня работников, занятых в инновационном процессе.

Поэтому так важно проводить постоянные семинары и тренинги, где персонал будут обучать эффективно использовать инновационные технологии для существенного улучшения торгового обслуживания и повышения лояльности покупателей.

Итак, проблема ускоренного развития инновационной деятельности в розничной торговле в России приобретает особое значение. Внедрение инновационных технологий на современном этапе становится важнейшим условием успешного развития розничных торговых предприятий и повышения их конкурентоспособности. Этот процесс предполагает довольно значительные изменения в организации продвижения и методах продажи товаров, совершенствовании методов управления персоналом и инновационными технологиями, использовании новых подходов к организации обслуживания покупателей и другие.

Конкуренция стимулирует предприятия торговли разрабатывать и внедрять инновационные технологии для удержания и усиления своих позиций на рынке и получения дополнительных конкурентных преимуществ.

Процесс создания и внедрения инноваций на розничных торговых предприятиях ориентирован на повышение социально-экономической эффективности их деятельности, что выражается в существенном улучшении качества торгового обслуживания и финансово-экономических показателей работы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аналитическое исследование на основе экспертного опроса «Развитие инновационной составляющей экономики России: перспективы и роль экономической политики» Интернет-источник (http://www.buzdalin.ru/text/innovation_rus.pdf)

2. Интернет-источник http://www.assortment-analysis.ru/

3. Интернет-источник (http://b2bcg.ru/ru/2218-novye-formy-obsluzhivaniya-pokupatelei).

4. Шаркова А.В. Теоретические аспекты исследования инновационной деятельности в трудах российских и зарубежных ученых. В книге: Современное предпринимательство в инновационной экономике Эскиндаров М.А., Алиева И.З., Абрашкин М.С., Аминов И.А. и др. теория и практика. Москва, 2015. С. 10-18.

5. Merzlova M.P., Sharkova A.V.Impact of Investment Climate on Formation and Increase of Fixed Capital of Enterprices. 2013.Т.16. №4. С7 486 -489.

L.P. Dashkov,
Phd, professor, Russian University of Cooperation, Moscow
V.V. Miroshnichenko,
Graduate student, the department of commerce and technology trade, Russian University of Cooperation, Moscow

THE ESSENCE OF INNOVATION AND INNOVATION PROCESSES, THEIR ROLE IN THE DEVELOPMENT OF RUSSIAN ECONOMY.

Abstract: The theoretical and practical importance of the essence of innovation and innovation processes are studied. Particular attention is paid to the scientific substantiation of this field definitions.

Keywords: innovation, innovative processes, innovative technologies, innovative activity.

[1] Интернет-источник (http://b2bcg.ru/ru/2218-novye-formy-obsluzhivaniya-pokupatelei)

С.В. Плеханов,
кандидат экономических наук, заместитель генерального директора
ООО «РусТим», научный сотрудник Центра системных исследований

МЕХАНИЗМ КРИЗИСА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЦЕССА В ОТРАСЛЯХ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Аннотация: С использованием метода моделирования, на основе системного подхода на базе данных государственной статистики определен механизм кризиса инвестиционного процесса в отраслях производственной инфраструктуры.

Ключевые слова: инвестиция, процесс, инфраструктура, кризис, механизм, развитие.

Как кризис национальной экономики в целом, так и ее отдельной отрасли или региона может быть порожден как стечением обстоятельств, так и механизмом генерирования кризиса, являющегося составной частью экономического механизма, свойственного определенной системе хозяйствования. Например, рыночно-капиталистическая система хозяйства периодически порождает кризисы перепроизводства, развертывающегося в соответствии с капиталистическим циклом, становящиеся со временем все более разрушительными, а для смягчения кризиса становится необходимым внедрять в эту систему мощный блок государственного регулирования.[1]

Кризис инвестиционного процесса в отраслях производственной инфраструктуры в России явился порождением и составной частью системного кризиса национальной экономики в целом, который, в свою очередь, порожден сочетанием механизма кризиса, являющегося неотъемлемой составной частью неоконсервативной модели хозяйствования, построенной по рецептам монетаризма (именно там модель была взята за основу реформирования экономики РФ), и стечением исторически-конкретных обстоятельств, связанных с распадом СССР (чему способствовали те же самые политико-экономические силы, которые определили курс реформ в духе неоконсерватизма и по рецептам монетаризма). Механизм кризиса экономики РФ в целом глубоко и обстоятельно раскрыт в ряде работ, что значительно облегчает работу автора. позволяя ему опираться, на имеющиеся труды.[2]

Кризис инфраструктуры общественного воспроизводства взаимопереплетается с кризисом инвестиционного процесса в его рамках, при том что сам этот кризис выражается с одной стороны в снижении объемов производства, а с другой – в деформации относительно народнохозяйственного оптимума пропорций как сферы инфраструктуры, так и воспроизводящего ее инвестиционного процесса. В итоге получается квадратичная модель кризиса инфраструктуры-инвестиций, который отличается чрезвычайной глубиной и огромными масштабами в российской экономике периода рыночных реформ по рецептам монетаризма (см. схему 1).

В основу модели, представленной на схеме 1, положено не только и не столько моделирование абстрактно-классификационного порядка кризисных процессов, охватывающих инвестиции в сфере инфраструктуры, сколько происходящие в реальной действительности российской экономики процессы, активно взаимодействующее между собой по принципу прямой и обратной связи, когда в результате этого взаимодействия развертывается кризис квадратичного порядка. Даная квадратичность обусловлена взаимодействием двух пар объективных взаимопереплетений, во-первых, производственной инфраструктуры и инвестиционного процесса, обеспечивающего ее воспроизводство, во-вторых, кризиса снижения объемов производственной деятельности и кризиса в виде деформации пропорций воспроизводства относительно их оптимума.

Квадратичная модель экономического кризиса особо четко проявляется в сети автомобильных дорог и их строительстве в экономике РФ, что видно из нижеследующего.

Прежде всего, нужно обратить внимание на то, что сеть автомобильных дорог совместно с прилегающей к ним инфраструктурой (автостоянки, автосервисы и т.д.) как в городах, так и в межгородском транспортном сообщении была в советских период истории крайне неразвитой. Например, МКАД в советский период имел только две полосы в каждую сторону, трасса между Москвой и тогдашним Ленинградом пролегала по извилистым дорогам Клина, Чудова и т.д., а автомобильная дорога Москва – Владивосток вообще не была построена. При этом, для советского периода развитие дорожной сети соответствовало в целом потребностям производства и населения и перспективам дальнейшего развития экономики, поскольку сами автомобильные перевозки были ограничены рядом обстоятельств:

– основные перевозки населения осуществлялось и предполагалось осуществлять в дальнейшем главным образом общественным транспортом (автобусы троллейбусы, трамваи, метро, пригородные поезда, а на дальние перевозки – железнодорожный, водный и воздушный транспорт, при доступности тарифов за перевозки самым бедным слоям населения);

– перевозки грузов на большие расстояния осуществлялись главным образом железнодорожным и частично водным транспортом, а в случаях отдельных грузов – посредством авиаперевозок.

С 90-х годов и по настоящее время в процессе рыночного реформирования российской экономики произошли, причем очень быстро, фундаментальные изменения структурного порядка, что выразилось в ряде взаимоналагающихся процессов:

– относительно 1990 г. к настоящему времени количество грузовых автомобилей увеличилось с 2,7 млн. до более 7 млн., а легковых – с 8,46 млн. до 40 млн.;

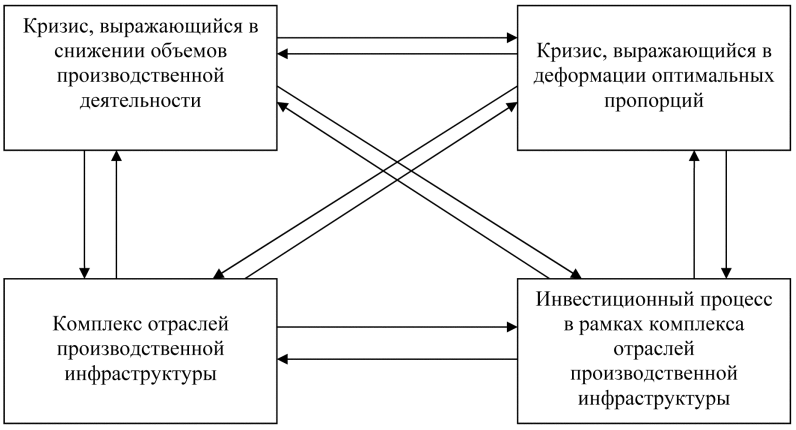
---

[1] См. Р.П. Толмачева, Экономическая история, ИТК «Дашков и К°», 2004, с. 206-237; М.Г.Делягин, Мировой кризис, общая теория глобализации, М., ИНФРА-М, 2003, с. 30-469.

[2] См. В.И.Жуков. В.И. Митрохин, Антикризисное управление. М., МТСУ. 2002; Н.И. Брагин, Государство и рынок, М., Союз, 2002; М.Делягин, Экономика неплатежей: Как и почему мы будем жить завтра, М., КБ «Держава», 1997; В.С. Бард Инвестиционные проблемы российской экономики, М., ЭКЗАМЕН, 2000; Н.И. Брагин, Г.В. Кузьминова, Макроэкономика: государственное регулирование кризиса, М., ИД «Дашков и Ко», 2004; А.Потемкин, Виртуальная экономика и сюрреалистическое бытие, М., ИНФРА-М, 2000; А.Н.Герасин, Теневые экономические отношения, М., 2007; Антикризисное управление, под ред. Ларионова Н.К., М., ИТК «Дашков и К°», 2012; Экономика России, Стратегия развития, под ред. И.К. Ларионова, С.Н. Сильвестрова, М., ИТК «Дашков и К°.», 2014, экономические отношения, М., 2007; Антикризисное управление, под ред. Ларионова Н.К., М.,ИТК «Дашков и К°», 2012; Экономика России, Стратегия развития, под ред. И.К. Ларионова, С.Н. Сильвестрова, М., ИТК «Дашков и К°.», 2014.

Схема 1

Квадратичная модель кризиса инфраструктуры–инвестиций



– значительно стал меняться образ жизни россиян, в немалой степени и из-за подражания образу жизни в странах Запада, когда все большее число людей ездит из дома на работу и обратно на личном автомобиле, причем быстро нарастает тенденция переезда из городских районов в загородные коттеджи, отдаленные от места работы на десятки километров;

– непомерное разрастание в РФ коммерческой, в том числе спекулятивно-посреднической сфер экономической деятельности, при явном доминировании последней, в центральных районах г. Москвы и многих других крупных городов стали стремительно возводится офисные здания, как правило, с явной нехваткой вокруг них стояночных мест для автомобилей, при том что работники разного рода коммерческих и финансовых структур преимущественно добираются до работы и обратно на индивидуальном транспорте, способствуя образованию автомобильных пробок, создавая трудности с автомобильной парковкой, а это, в свою очередь, способствует увеличению пробок на дорогах;

– за годы рыночных реформ, вследствие разгосударствления материально-технического снабжения, оптовой и розничной торговли, а также монопольно высоких тарифов на железнодорожные перевозки грузов, многие частные фирмы отказались от междугородних и даже межстрановых перевозок грузов железнодорожным транспортом, что было типично для советского периода, предпочитая автомобильные перевозки на частном транспорте, что с учетом транспортировки «от двери к двери» оказывается быстрее, кроме того дешевле, в том числе и за счет экономии на погрузочно-разгрузочных работах; такое перемещение грузов с железнодорожного (частично и с водного) транспорта на автомобильные перевозки явилось важным фактором перегрузки имеющихся автомобильных дорог, а также стало приводить к их ускоренному износу, поскольку потоки грузовиков, особенно тяжелых и сверхтяжелых трейлеров сравнительно быстро разрушают дорожное полотно; с учетом сильного отставания ремонта и обновления дорожного покрытия от его разрушения сверхинтенсивной эксплуатацией; следует констатировать, в связи с охарактеризованным выше перемещением грузопотоков с железнодорожных перевозок на автомобильные, значительно ухудшение качества автодорог в их как междугородних, так и в городских сетях.

В 1960 г. в РФ было 181 тыс.км автодорог с твердым покрытием, в 1970 г. – 264 тыс. км (прирост за десятилетие – 83 тыс. км), в 1980 г. – 421 тыс. км (прирост за 10 лет – 157 тыс. км) в 2000 г. – 754 тыс. км (прирост за 90-е годы, прошедшие под знаком рыночных реформ – 97 тыс. км или в 2,4 раза меньше чем в 80-е годы – годы так называемого застоя). На конец 2014 г. протяженность автомобильных дорог составила менее 800 тыс. км. При этом инвестиционный процесс в дорожном строительстве РФ оказался на довольно низкой отметке.

Это происходит в условиях, когда боле двух третей федеральных дорог эксплуатируется со значительной перегрузкой, 2 млн. человек в РФ проживает на территории без автомобильных дорог общего пользования, а 40 тыс. населенных пунктов круглогодично не связаны с сетью дорог с твердым покрытием.

По экспертным оценкам, экономика РФ от недостатка протяженности автомобильных дорог и их крайне неудовлетворительного состояния теряет ежегодно около 1,8-2% ВВП, что превышает расходы на оборону страны, которые тоже занижены относительно уровня оборонной достаточности.

Резкое сокращение дорожного строительства в экономке РФ в современный период связано с перебоями в его финансировании. В 2001 г. был отменен под предлогом его «нерыночности» налог на автовладельцев, который целевым образом направлялся на строительство дорог. При этом в 2001 г. был ликвидирован Федеральный дорожный фонд, а в 2003 г. – региональные дорожные фонды. В итоге финансирование строительства, обновления и ремонта дорог снизилось с 490 млрд. руб. в 2000 г. (2,9% ВВП) до чуть более 200 млрд. руб. в 2005 г. (1,1% ВВП), в том числе из федерального бюджета округленно 119 млрд. руб. В дальнейшем эта негативная тенденция продолжалась.

В настоящее время во властных структурах рассматриваются различные варианты значительного увеличения финансирования дорожного строительства как за счет бюджетных, так и частных источников, в том числе и с использованием института государственно-частного партнерства. Однако, пока преждевременно делать выводы на предмет того, какие инвестиционные ресурсы будут направлены в дорожное строительство.

Исходя из вышеизложенного, в отношении автомобильных дорог и дорожного строительства есть все основание констатировать наличие глубокого и затяжного экономического кризиса квадратичного порядка, поскольку имеют место все его основные признаки, которые тесно взаимопереплетены. а именно:

– значительное снижение объемов дорожного строительства, ремонта, обновления и реконструкции автомобильных дорог;

– все возрастающие сокращение пропускной способности автомобильных дорог в крупных городах и междугороднем сообщении, при одновременном резком ухудшении состояния дорожного полотна;

– нарастающая диспропорциональность (отклонение от оптимума) между дорожным строительством и потребностями воспроизводства дорожной сети, и также внутри самого дорожного строительства, когда, в частности, расширение дорожной сети не сопровождается расширением стояночных и парковочных мест и т.д.;

– усиление диспропорциональности между существующей дорожной автомобильной сетью и сетями других видов транспорта, между наличием автодорог и масштабом, а также структурой перевозимых грузов и пассажиропотоков и т.д.

Иначе говоря, кризис охватывает все четыре элемента: автодорожное строительство, сеть автомобильных дорог, объемы производственной деятельности, отклонение складывающихся пропорций строительства и использования автодорог от оптимальных.

Разумеется, кризис каждой отрасли производственной инфраструктуры и инвестиционного процесса в ее рамках в экономике РФ имеет свои отличительные особенности, например, в жилищно-коммунальном хозяйстве или электроэнергетике. Однако, при всех отличительных отраслевых особенностях, все отраслевые *инвестиционно-инфраструктурные кризисы* (термин автора) носят квадратичный характер, который уже был смоделирован в данном разделе и рассмотрен на примере двуединства – дорожного строительства – сети автомобильных дорог.

Квадратичная модель кризиса характеризует процесс его проявления, иначе говоря, его развертывания. Однако данная модель не раскрывает причинно-следственные и обратные связи, порождающие кризисные явления и процессы. Для раскрытия этих связей необходимо построить другую модель, которая отражала бы комплекс воздействий на процесс зарождения и развития кризиса.

В самом общем виде, механизм кризиса производственной инфраструктуры и воспроизводящего ее инвестиционного процесса, как и системного кризиса российской экономики в целом, поскольку первый из названных выше кризисов является составной частью второго, коренится, во-первых, в постановке денежно-финансовых потоков в решающее, доминирующее положение по отношению к процессам, протекающим в сфере материального и интеллектуального производства, а во-вторых, в особой отрегулированности этих потоков на базе постулатов монетаризма и в соответствии с рекомендациями зарубежных и отечественных монетаристов (последние занимают руководящие посты в экономическом блоке Правительства РФ и ЦБ), когда в России экономически выгодной или даже просто оправданной с финансовой точки зрения становится только определенная часть производственно-хозяйственной деятельности, а именно связанная с добычей, транспортировкой и поставкой на экспорт топливно-энергетических и сырьевых ресурсов напрямую или косвенно, в части обслуживания этой деятельности, начиная от защиты прав собственности и правопорядка и кончая обучением, лечением и т.п. всех лиц, так или иначе сопричастных к внешнеэкономическому контуру общественного воспроизводства в его топливно-сырьевой ориентации; при этом основная часть сфер науки, образования, а также высокотехнологичные отрасли и отечественное сельское хозяйство обрекаются на экономическое удушение финансовыми методами, а занятые в этих сферах работники и их иждивенцы обрекаются на экономический геноцид в той мере, в какой они не сумеют найти себе место в новой системе разделения труда рыночного общества, например, из специалиста высочайшей квалификации в области ядерной физики или ракетостроения переквалифицироваться в продавца, официанта, бармена, рабочего автосервиса, работника охранной фирмы и т.д.

Автор смоделировал механизм кризиса производственной инфраструктуры и воспроизводящего ее инвестиционного процесса, порожденного рыночным реформированием российской экономики в духе неоконсерватизма и по рецептам монетаризма. Данное моделирование (см. схему 2) осуществлено на основе следующих положений.

1. Механизм кризиса комплекса инфраструктура – инвестиционный процесс, как составная часть механизма кризиса российской экономики в целом, вовсе не является объективно формирующимся экономическим институтом. как например, механизм периодически повторяющихся кризисов перепроизводства, свойственных рыночно-капиталистической системе хозяйства, а представляет собой порождение рыночной реформы в духе неоконсерватизма и по рецептам монетаризма. Иначе говоря, как только эта реформа начитает осуществляться, тут же с силой объективной неизбежности возникает и набирает силу по мере продвижения радикальной рыночной реформы механизм экономического кризиса, охватывающий как народное хозяйство страны, так и его инфраструктуру совместно с протекающим в ней инвестиционным процессом.

2. Основными (краеугольными установками) неоконсервативной модели хозяйствования, построенной по рецептам монетаризма и порождающими в своем единстве механизм системного кризиса национальной экономики в целом и ее системообразующих блоков, являются:

во-первых, создание в экономике ситуации, когда не денежно-финансовые потоки служат сере производства и потребления, опосредуя в денежной форме их функционирование и оказывая на них обратное активное воздействие, как это должно быть в разумно организованной системе хозяйствования, а именно денежно-финансовые потоки становятся главными, определяющими, полностью подчиняющими себе сферы производства и потребления, при превращении в главную цель хозяйствования прибыли и накопления денежного капитала, все зависимости от пользы или вреда для общества и государства тех способов, которыми такая цель достигается;

во-вторых, сплошная и сверхфорсированными темпами (революция в собственности за 2-3 года) приватизация государственных предприятий, исходя их установки, что в идеале государство вообще не должно иметь собственности в экономике;

в-третьих, проведение так называемой жесткой финансовой политики, которая выражается, помимо прочего, в ограничении денежной массы страны[1] и резком сокращении расходов государственного бюджета, чему должно соответствовать, по замыслам монетаристов, снижение налогового бремени на предприятия и граждан, хотя этого и не происходит на практике[2];

в-четвертых, максимальный уход государства из экономики, особенно из сферы производства, что не только взаимопереплетается со сплошной приватизацией государственных

[1] В 90-е годы прирост денежной массы РФ ограничивались финансовыми властями приростом валютной выручки в долларах США, а в последние годы под давлением монетаристов и «лишняя» по их понятиям долларовая масса стала храниться в США под очень низкий процент, подвергаясь сильному обесцениванию, в то время как крупные корпорации. начиная с Газпрома, контрольный пакет акций которых у государства, берут на Западе огромные кредиты под многократно больший процент, чем тот, который получает государство РФ за резервирование долларов в США.

[2] Монетаристские реформы порождают сильный спад в экономике, что резко уменьшает налогооблагаемую базу, а кроме того, многие предприятия уводят значительную часть доходов от налогов. В таких условиях, чтобы обеспечить свое функционирование на предельно низком уровне, иначе оно развалится, государство вынуждено сохранять высокие ставки налогов для тех, кто не может от них уклониться.

предприятий, но и выражается в резком сокращении вплоть до полного отказа от финансирования из бюджета инвестиций в развитие сферы материального и интеллектуального производства, включая и отрасли производственной инфраструктуры, в ограничении, а в идеале в полном отказе от государственного регулирующего воздействия на экономику, включая ценообразование, дифференциацию налогов и таможенных пошлин и т.д.; исключение делается только для регулирования государством ключевых монетарных показателей на макроуровне (процентная ставка, уровень инфляции, валютный курс, дефицит или профицит бюджета, величина внешнего долга и график его обслуживания, сальдо внешнеторгового баланса).

3. Все эти установки неоконсерватизма-монетаризма были достаточно полно и последовательно осуществлены в России, однако с поправкой на российскую действительность в ее конкретно-историческом варианте, что в одних случаях не позволило довести монетаристские реформы до конца (достичь полной приватизации госпредприятий, снизить налоговую нагрузку на предприятия и т.д.), а в других потребовало проведения особых мер, без которых не могли бы быть осуществлены основные постулаты неоконсерванизма-монетаризма. Здесь следует назвать, в первую очередь, принципиально важную предпосылку для осуществления главного постулата, состоящего в массированной приватизации в форсированные сроки государственных предприятий. Такой предпосылкой явилось развязывание в 1992 г. Правительством РФ, возглавляемым тогда формально Б.Н.Ельциным, а фактически – Е.Т. Гайдаром, галопирующей инфляции.

В данной связи, есть все основания утверждать, что, во-первых, без обесценения в тысячи раз рубля приватизация в достаточно больших масштабах, особенно крупных и сверхкрупных предприятий вообще не могла быть осуществлена (в стране даже в отдаленном приближении не было денег у частных лиц, чтобы скупить госпредприятия по ценам близким к их балансовой стоимости за минусом износа), а во-вторых, галопирующая инфляция была спровоцирована действиями тогдашнего Правительства РФ. Было ли это сделано сознательно или непреднамеренно – вопрос открытый. Однако, зная, что без обесценения в тысячи раз госимущества[1] масштабная приватизация предприятий в России была бы неосуществима, и что руководители экономического блока Правительства РФ обладали определенным уровнем знаний, позволяющих осознать данный факт, можно предположить (но не утверждать), что галопирующая инфляция была запущена именно сознательно, целенаправленно. А вот следующие действия Правительства РФ вполне допустимо расценивать как сознательное провоцирование инфляции:

– цены в стране были отпущены в «свободное плавание» в условиях сохранения монопонолизма поставщика по отношению к потребителю, отсутствия каких-либо существенных элементов конкурентного рынка и при сохранении государственной собственности на предприятия, в том числе в сфере оптовой и розничной торговли (т.е. либерализация цен была осуществлена на базе госсобственности, до приватизации, в то время как либерализовать цены было допустимо только на базе приватизации и в меру ее осуществления);

– руководящие органы предприятий розничной торговли спускали периодически подведомственным магазинам прейскуранты, в которых уровень цен был значительно выше, чем тот, который складывался сам собой под воздействием спроса и предложения;

– о повышении цен на энергоносители, а они повышались периодически за относительно короткие промежутки времени, объявлялось заранее, в результате всякий раз все цены и тарифы на прочие товары и услуги повышались дважды, первый раз в момент объявления о повышении цен, а второй раз – в момент наступления срока этого повышения.

Как известно, процесс галопирующей инфляции в РФ, начался в 1992 г. и продолжался до 1999 года включительно, после чего сменился просто высоким уровнем инфляции на уровне 10-20% в год официально, а на деле существенно выше, причем уровень инфляции дифференцирован по слоям населения и товарным группам. О степени камуфлирования реальной инфляции Росстатом особенно ярко говорит даваемый им показатель инфляции потребительских цен в 1999 году на уровне 136,5%, т.е. получается что цены относительно 1998 г. выросли на 36,5%, в то время как в 1998 г. они выросли на 84,4%. Сложим прирост цен за два года 1998-1999 и получим сумму прироста, если пренебречь точностью расчета, а она здесь и не нужна, и получим рост на 120,4% или в 2,2 раза округленно. В августе 1998 г., как известно, произошел дефолт, после чего курс доллара к рублю разом подскочил в 5 раз и вскоре в 6 с лишним раз. Примерно половина продовольственных и промышленных товаров уже поступала тогда в РФ по импорту. Повышение цен импортных товаров в среднем составило 6 раз, а поскольку это примерно половина от розничного товарооборота, то можно округленно констатировать рост цен за 1998-1999 гг. в 3 раза, что существенно больше чем 2,2 раза, получаемые согласно данным Росстата.

Уже за 1992 год потребительские цены выросли в 26,1 раза, цены производителей промышленной продукции – 33,8 раза, цены производителей сельхозпродукции – 9,4 раза, индекс цен производителей в строительстве – 16,1 раза, индекс тарифов на грузовые перевозки – 35,6 раза. В дальнейшем цены увеличивались постепенно затухающими темпами, но крайне неравномерно, в результате чего и без того далеко неоптимальный каркас цен национальной экономики деформировался еще более. За 2014 г. индекс потребительских цен официально составил 111,4, промышленных – 105,9, сельскохозяйственных – 114,1, в строительстве – 107,2, на грузовом транспорте – 100,9[2].

Как уже отмечалось, галопирующая инфляция явилась предпосылкой проведения форсированной приватизации, которая уже в первые годы осуществления явила собой буквально революцию в формах собственности (соответственно и революционную смену социально-экономического строя страны), проведенную под давлением сверху в условиях интенсивной пропагандистской компании в СМИ о якобы безусловных преимуществах всегда и всюду частной собственности под государственной, что не соответствует действительности. Ведь не только после проведения приватизации непосредственно, но и вплоть до настоящего времени основные показатели экономики РФ остаются значительно хуже, чем в 1990 г., когда в стране господствовала государственная собственность.

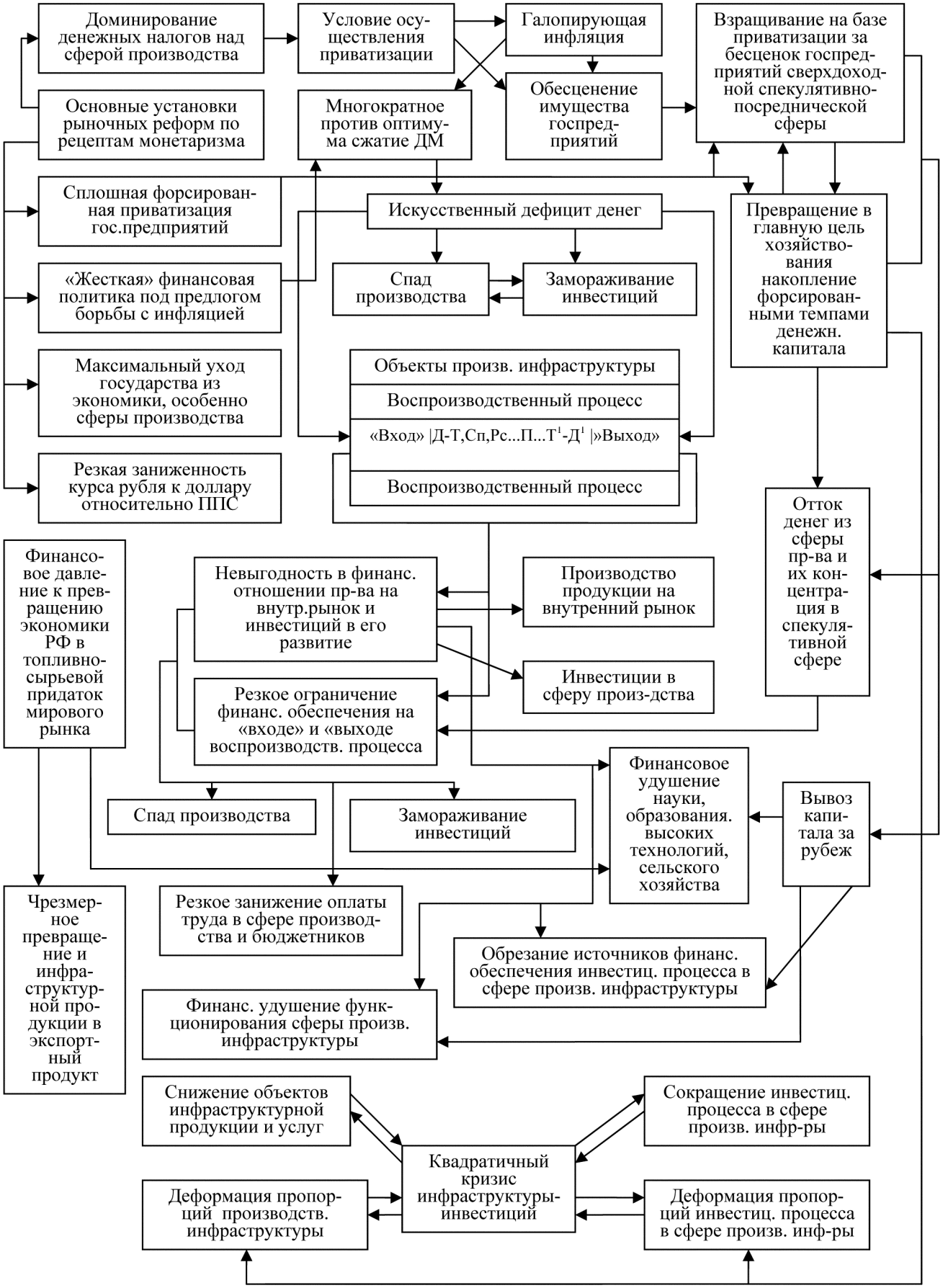
В 1995 году (по истечении 4-х лет рыночных реформ на государственную и муниципальную форму падало 25,5% численности всех предприятий (16,7 + 8,8), а на частную – 62,5%. В 1995 году в рамках государственной и муниципальной собственности трудилось 42,2% всех занятых, частной – 34,4%, смешанной российской собственности – 22,2%. В 1995 г. на государственную форму собственности приходилось 42% основных фондов ОФ, а негосударственную – 58% (см. таблицу 10 приложения). Таким образом, уже на конец 1995 года революция в формах собственности в пользу частной соб-

[1] По оценке В.А. Лисичкина, занимавшего в первые годы приватизации пост Зам.Председателя Комитета Госдумы РФ по собственности, приватизации и хозяйственному механизму, средняя цена приватизируемого в 1994-1995 гг. предприятия составляла рублевый эквивалент 2 тыс. долларов США.

[2] См. Российский статистический ежегодник, М., 2015, с. 601

Схема 2

Механизм производственной инфраструктуры и воспроизводящего ее инвестиционного процесса в российской экономике периода рыночных реформ



ственности свершилась, причем именно на ее базе экономика РФ продолжает деградировать уже два десятилетия. При этом дальнейшая приватизация все эти годы продолжалась, а либерально-монетаристский блок в Правительстве РФ неоднократно заявлял о намерениях довести ее до логического конца, что и осуществляется на практике, в частности в отношении к РАО ЕС.

На начало 2015 года структура собственности в экономике РФ выглядит следующим образом. По численности предприятий – государственная – 2,3%, муниципальная – 4,5%, частная 86,2%. По численности занятых на государственную и муниципальную собственность падает 27,6%, частную – 61,9%, смешанную российскую – 5,2%. На государственную собственность в 2014 г. падает 18% основных фондов РФ, на частную 82%.

Заметим, что вся гигантская масса госсобственности в России была приватизирована буквально за бесценок, в сотни и тысячи раз дешевле, чем балансовая оценка имущества за минусом износа.

В.С. Бард подсчитал, переведя рублевые суммы балансовой оценки основных фондов за минусом износа в доллары США по биржевому курсу и ППС, что за период 1992-1995 гг. было приватизировано государственных предприятий на общую сумму 985,3 млрд.долл. по валютному курсу, а по ППС – на 1697,4 млрд.долл., а государство получило за все это приватизированное имущество рублевый эквивалент примерно 8 млрд.долл. США. «Таким образом, – пишет В.С. Бард, – 49% государственных основных фондов и материальных оборотных средств было приватизировано за четыре года по цене, заниженной как минимум в 211,8 раза»[1].

4. На фундаменте приватизации по бросовым ценам в России непомерно разрослась сверхдоходная спекулятивно-посредническая сфера, прибыль которой, относительно вложенных средств, в разы превосходила рентабельность производственно-хозяйственной деятельности, определяемой как по отношению к себестоимости, так и активам. Это позволяло в первые годы рыночных реформ (до 1998 г. включительно) платить по банковскому депозиту значительно более высокий процент, чем рентабельность производственных предприятий (см. таблицу 1.).

В 1992 г. ЦБ выдавал кредиты частным структурам от 40% в начале года до 80% в конце года, при том, что розничные цены за год выросли в 26,1 раза. Получатели таких кредитов прокручивали их в течение года многократно в краткосрочных спекулятивных сделках, в десятки и сотни раз увеличивая свой капитал, в конце года отдавали в десятки раз обесценивавшийся кредит с процентом в пределах 40-80 пунктов. Иначе как узаконенной приватизацией государственного ссудного фонда назвать такие действия нельзя, что в просторечии означает узаконенное разворовывание государственных денег.

5. Сверхдоходная и притом разросшаяся до гигантских масштабов спекулятивно-посредническая сфера, оказывает крайне негативное воздействие на экономику страны сразу по нескольким направлениям:

– концентрирует свободные денежные средства в разного рода спекулятивных сделках, тем самым лишая денежных источников инвестиционный процесс в реальном секторе экономики, в том числе и в отраслях производственной инфраструктуры;

– деформирует целевые установки и мотивацию экономической деятельности, ориентируя ее на огромные прибыли, получаемые без какой-либо пользы обществу;

– способствует нарастанию инфляции, так как высокие и сверхвысокие доходы посредников в конечном итоге перекладываются на цены товаров и услуг ;

– значительно снижает жизненный уровень основной массы населения, поскольку спекулятивный рост цен снижает реальный уровень зарплат и пенсий в стране.

6. Галопирующая инфляция, явившаяся необходимой предпосылкой проведения приватизации преобладающей части государственных предприятий в считанные годы, неизбежно должна была сопровождаться эмиссией денег, в противном случае товарно-денежный оборот в стране оказался бы полностью парализованным, а ее экономика перешла бы на бартер. Соответственно, государство в РФ было вынуждено эмитировать деньги, однако, по рецептам монетаризма, денежная эмиссия сильно отставала от роста цен под предлогом борьбы с инфляцией. Этот предлог был надуман. поскольку противостоять инфляции ограничением денежного предложения можно эффективно только в том случае, если имеет место инфляция спроса, каковой она была в России, как и в СССР в целом, в конце 80-х годов и еще в 1991 г. Однако, с 1992 г. в РФ стала раскручиваться инфляция издержек. Воздействие на инфляцию этого типа так называемой «жесткой финансовой политикой» только усиливает ценоповышательный процесс, что и наблюдается в России за весь период рыночных реформ по рецептам монетаризма.

В итоге проведения монетаристской денежной политики денежная масса оказалась непомерно сжатой относительно ее оптимальной величины. которая в странах с нормально отрегулированным товарно-денежным оборотом колеблется в районе 80% ВВП, иногда в некоторых странах в отдельные годы и более, например, 96% в Германии (до замены марки Евро), 107% в Японии, 122% в Швейцарии, 180% в КНР. В СССР аналогичный показатель составлял порядка 70%. В России же периода радикальных рыночных реформ денежная масса оказалась сначала всего на уровне 14,3 – 16,2% ВВП до 2000 г. включительно, а с 2001 г. стала постепенно расти, достигнув 44,97% в 2014 г.

Снижение величины денежной массы против оптимума в несколько раз при ее одновременной реструктуризации в пользу «горящих» денег, обслуживающих спекулятивно-посреднический оборот, и резкого сокращения «длинных» денег, обеспечивающих инвестиционный процесс в сфере производства, особенно в отраслях производственной инфраструктуры, явилось финансовой основой развертывания в России глубокого и затяжного экономического кризиса, поскольку привело к резкому обрезанию поступления денежных средств как на «входе», так и на «выходе» воспроизводственного процесса, неизбежным следствием чего является, во-первых, сильнейший спад производства, во-вторых, замораживание на многократно снизившейся отметке инвестиционного процесса в реальной экономике, особенно в отраслях производственной инфраструктуры.

Обратим внимание на то, что непомерное сжатие денежной массы относительно ее оптимума и деформация ее структуры в пользу коротких денег явилось результатом совместного воздействия трех факторов: а) развязывания в стране галопирующей инфляции; б) сильным отставанием эмиссии денег от роста цен; в) разбуханием до огромных масштабов на базе приватизации сверхдоходной спекулятивно-посреднической сферы (см. схему 3).

Схема 3 представляет собой ключевой блок схемы 2, который выделен специально по причине его ключевой роли в раскручивании кризиса российской экономики, особенно кризиса протекающего в ней инвестиционного процесса, который, если не считать отдельные отрасли машиностроения

[1] См. В.С. Бард, Финансово-инвестиционный комплекс, М., ФиС, 1998 г., с. 173; См. также Е.А. Ехлакова, Собственность и теневая экономика, М., ИВЦ «Маркетинг», 2005; А. Бунич, Осень олигархов или история приХватизации в России, М., ЭКСМО, 2005. Контрольный пакет акций ЗИЛ'а Микродин приватизировал за 4 млн.долл. США, при том что, за 5 лет до этого только в реконструкцию этого предприятия было вложено более 180 млн. долл. США.

Таблица 1. Соотношение уровня рентабельности и процентных ставок по кредитам и депозитам (среднегодовым) в экономике РФ[1] (в процентах)

	1995	1997	1998	1999	2000	2001	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Ставка по кредитам	320,3	32,0	41,8	39,7	24,4	17,97	10,68	10,82	8,46	9,10	9,47	...
Ставка по депозитам	102,0	16,8	17,1	13,7	6,5	4,85	3,39	6,01	4,4	5,53	5,9	...
Рентабельность продукции по экономике в целом	15,8	6,9	8,1	18,5	18,9	14,4	13,5	10,0	9,6	8,6	7,0	7,3
Рентабельность активов по экономике в целом	15,3	1,7	-0,9	5,0	7,6	6,1	8,8	9,2	6,5	6,1	4,5	2,5

Схема 3

Алгоритм механизма кризиса Российской экономики и протекающего в ней инвестиционного процесса

(станкостроения, например), в наибольшей степени охватили отрасли производственной инфраструктуры.

7. Обрезание источников финансирования на «входе» воспроизводственного процесса выражается в следующем.

Галопирующая инфляция обесценила собственные оборотные средства предприятий, их амортизационный фонд и накопления прибыли; кредит оказался почти недоступным из-за высоких процентных ставок, ориентированных на сверхдоходы спекулятивных сделок; средства сторонних частных инвесторов оказались резко ограниченными как из-за невыгодности вложений в депрессивную экономику, так и по причине наличия альтернативы вложений в виде сверхдоходной спекулятивной сферы.

Что касается бюджетного финансирования инвестиционного процесса в сфере производства, то оно сильно сократилось как по причине недостатка бюджетных средств вследствие сокращения налоговой базы из-за спада производства и уклонения от налогов, так и по причине политики монетаризма, нацеленной на сокращение бюджетного финансирования сферы производства.

8. Обрезание финансового обеспечения воспроизводственного процесса, в том числе и инвестиционного процесса в его рамках, обусловлено резким снижением покупательной способности основной массы населения (в 1999 г. реальная зарплата в РФ составила всего 35% от уровня 1990 г. Сфера производства, включая и сферу инвестиций, оказалось в ходе реформ разом выброшенной из системы плана в стихию рынка, при одновременном коренном подрыве его фундамента, каковым является покупательная способность населения.

9. Удушаемая методами монетаризма, российская экономика не рухнула окончательно в 90-е годы в условиях низких мировых цен на энергоносители и сырье – основной продукт экспорта страны, превращаемой в топливно-сырьевой придаток мирового рынка, в результате защитной реакции руководителей предприятий и организаций производственной сферы.

Во-первых, с целью сохранения своих предприятий в условиях искусственно созданного в РФ политикой монетаризма острого дефицита денег на «входе» и «выходе» воспроизводственного процесса, их руководители стали переводить значительную часть своей производственно-хозяйственной деятельности в бартер, взаимные поставки в долг с последующим взаимозачетом, суррогатно-денежный оборот. В результате в РФ стала катастрофически нарастать взаимная задолженность предприятий (104% ВВП в 1998 г., после чего она стала снижаться – 79,4% ВВП в 1999, 56,4% ВВП в 2005 г.. Однако, оставаясь на весьма высоком уровне в дальнейшем она стала возрастать, достигнув 105,3% ВВП).

Во-вторых, значительная часть деятельности предприятий была выведена в теневой оборот. О его масштабах косвенно свидетельствует данные Росстата о доле прочих доходов и

[1] Таблица составлена на основе «Российского статистического ежегодника». М., 2001 – с. 551, 655; 2003 – с. 575, 689; 2004-с.593, 709, 2005 – с. 641, 677; 2006 – с. 657, 658, 789; 2007 – с. 679, 680, 809; 2015-с.566,567,707.

расходов производственной предприятий. Например, доля прочих поступлений в 1999 г. составила 51,9%, в 2002 г. – 39,2% доходов всех предприятия; пик прочих расходов приходится на 2001 г. – 60,2% (при том что на приобретение оборотных фондов было израсходовано 24,8%, оплату труда 3,5%, выплату дивидендов и процентов – 0,3%, расчеты с бюджетом – 5,1%[1].

10. В результате придания денежно-финансовым потокам роли доминирующего, определяющего начала по отношению к сфере производства и отрегулирования основных денежно-финансовых параметров по рецептам монетаризма в экономике РФ созданы такие денежно-финансовые условия, в которых изначально невыгодными в финансовом отношении становится, за некоторыми исключениями, само функционирование сферы производства и инвестиционный процесс в ее рамках, не считая внешнеэкономического контура общественного воспроизводства в его топливно-энергетической и сырьевой ориентации.

Такой вывод подтверждается сопоставлением уровня рентабельности в отраслях экономики РФ и уровня инфляции, из которого видно, что уровень инфляции, как правило, превышает уровень рентабельности производственных предприятий. Итоги такого сопоставления приведены в таблице 2.

В результате финансовой невыгодности производственной деятельности в экономике РФ (соответственно невыгодны и инвестиции в развитие производства) имеет место чрезмерно высокая доля убыточных предприятий в народном хозяйстве страны. Так, в период в 1996-1998 гг. доля убыточных предприятий колебалась в пределах 50,1% – 53,2%, после чего постепенно снизилась до 37,9% в 2001 г., затем вновь возросла до 43,5% в 2002 г., после чего стала вновь уменьшаться, составив в 2010 г. 29,2%, после чего снова стала увеличиваться, достгнув в 2014 г. 33,0%. Следует иметь в виду, что доля предприятий, пребывающих на грани банкротства значительно выше, чем доля убыточных предприятий, поскольку доходов многих прибыльных предприятий явно недостаточно, чтобы выплачивать все обязательные платежи, включая налоги[2].

11. На базе спровоцированного методами монетаризма спада производства и замораживания инвестиций в его развитие на крайне низкой отметке, недостаточной даже для простого воспроизводства основных фондов, монетаристской политикой одновременно задано мощное давление в направлении переориентации поставок топливно-энергетических и сырьевых ресурсов с внутреннего потребления на экспорт. Это сделано путем установления со стороны ЦБ, через манипулирование спросом и предложением на валютной бирже, резко завышенного валютного курса доллара США к рублю относительно паритета покупательной способности двух валют. На базе международных сопоставлений, автор рассчитал соотношение валютного курса рубля и доллара США относительно ППС двух валют: 2000 – 3,9, 2001 – 3,7, 2005 – 2,2, 2010 – 1,9, 2014 – 2,0[3].

Разумеется, по мере целесообразности экономические власти страны могут отклонять валютный курс от ППС в ту или иную сторону, для повышенного стимулирования экспорта или, наоборот, внутреннего производства. Однако эти отклонения допустимы в разумных пределах 10-15%, иногда 20%, но они не должны измеряться в разах.

Резко завышенный валютный курс доллара США к рублю относительно ППС двух валют, во-первых, в несколько раз увеличивает финансовую выгоду от производства на экспорт топливно-энергетических и сырьевых ресурсов, поскольку получая выручку в долларах США их поставщики затем конвертируют ее в рубли по курсу в несколько раз более высокому, чем ППС, что означает для них пропорциональную экономию на оплате затрат, совершаемых в рублях, в том числе и на оплату труда, а во-вторых, многократное завышение валютного курса доллара США означает гигантскую дань, которой топливно-энергетические и сырьевые монополии, приватизированные олигархами, облагают все российское общество и государство[4]. Правда, в последние годы государство вытеснило ряд олигархов из экономики РФ, а разрыв валютного курса и ППС существенно уменьшился, что следует расценить положительно. Однако, и в настоящее время олигархи занимают многие ведущие позиции в топливно-энергетических и сырьевых отраслях, а разрыв валютного курса и ППС остается все еще непомерно большим.

12. Так называемая жесткая финансовая политика, осуществляемая по рецептам монетаризма, приводящая к резкому обрезанию финансового обеспечения «входа» и «выхода» воспроизводственного процесса, сочетаемая с многократным завышением валютного курса доллара США к рублю относительно ППС двух валют, оказывает свое негативное воздействие в полной мере на сферу производственной инфраструктуры и воспроизводящий ее инвестиционный процесс. Тем самым в комплекс инфраструктура – инвестиции внедрен механизм его перманентного кризиса, а сами этот кризис имеет квадратичный характер. что выражается в следующем:

– снижении объемов инфраструктурной продукции и услуг;

– деформация пропорций сферы производственной инфраструктуры, в том числе и в связи с чрезмерной трансформацией инфраструктурной продукции в обычный экспортный продукт;

– замораживании инвестиционного процесса в отраслях производственной инфраструктуры на отметке много меньшей, чем это необходимо для обеспечения даже простого воспроизводства основных фондов;

– деформации инвестиционного процесса в отраслях производственной инфраструктуры относительно пропорций, соответствующих народнохозяйственному оптимуму.

Механизм кризиса инвестиционного процесса в сфере производственной инфраструктуры, как и механизм кризиса национальной экономики в целом. требует не только противодействия со стороны государства и субъектов хозяйствования (оно имеет место, хотя и явно недостаточное), но и искоренения самого этого механизма в его целом и в виде его отельных сегментов, в особенности в отношении инфраструктуры и воспроизводящего ее инвестиционного процесса. Это можно осуществить только на базе смены экономического курса страны – от создания либерально-рыночной системы хозяйствования к построению интегрированной экономической системы, развивающейся под эгидой мощного блока целенаправленного государственного регулирования.

[1] См. Российский статистический ежегодник, М., 2003, с. 578. К сожалению, в последующих ежегодниках Росстат прекратил публиковать данные о структуре доходов и расходов предприятий. О масштабах разрастания теневой экономики см.: Ненаблюдаемая экономика: попытка количественных измерений под ред. А.Е. Суринова, М., Финстатинформ, 2003; А. Ильин, Криминальная матрица – 2, Экономическая преступность на современном этапе, М., Олма-Пресс, 2002; О.Г. Шикунова, Теневая экономика, Состояние, проблемы, способы противодействия, М., Наука, 2002; А.Н. Герасин, Теневые экономические отношения и их воспроизводство в рыночной системе хозяйства, М., 2007.

[2] См. Антикризисное управление, под ред. И.К. Ларионова, ИТК «Дашков и К°», 2012.

[3] См. Российский статистический ежегодник, М., 2015, с. 686, 688.

[4] В данной связи см. Д.В. Львов, Вернуть народу ренту, резерв для бедных, М., ЭКСМО, 2004.

Таблица 2. Рентабельность продукции и активов предприятий и организаций экономики РФ в сравнении с индексами цен[1] (в процентах)

Наименование показателей	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Рентабельность продукции по экономике РФ	29,3	26,3	14,5	15,8	4,8	6,3	8,1	18,5	18,9	14,4	10,9	10,2	13,2	13,5	10,0	9,6	8,6	7,0	7,3
в т.ч. по промышленности	38,3	32	19,5	20,1	9,2	9	12,7	25,5	24,7	18,5	14,4	13,5	17,9	15,3*	14,8*	13,2*	10,7*	8,8*	9,9*
Рентабельность активов по экономике РФ	28	65,4	7,9	5,3	1,3	1,7	-0,9	5	7,6	6,1	4,3	5,9	8,5	8,8	6,7	7,6	6,1	4,5	2,5
в т.ч. по промышленности	37	84,7	10,2	7,4	2,2	2,3	-0,2	8,7	12,9	8,8	5,6	6,3	10,5	11,9*	8,2*	8,4*	8,1*	4,5*	2,9*
Индекс потребительских цен (до 1996г. – в разах)	26,1р	9,4р	3,2р	2,3р	121,8	111,0	184,4	136,5	120,2	118,6	115,1	112,0	111,7	110,0	109,1	106,1	106,6	106,5	111,4
Индекс цен производителей промышленной продукции	33,8р	10 р	3,3р	2,7р	125,6	107,5	123,2	167,3	131,6	110,7	117,1	113,1	128,3	113,4	133,1	112,0	105,1	103,7	105,9

ЛИТЕРАТУРА

1. Российский статистический ежегодник, М., 1995 г., 2000 г., 2005 г., 2010 г., 2015 г.

2. Антикризисное управление, под ред., И.К. Ларионова, М., ИТК «Дашков и К°», 2012 г.

3. Экономическая система России, стратегия развития, под ред. И.Н. Ларионова, С.Н. Сильвестрова, М., ИТК «Дашков и К°», 2004 г.

4. Предпринимательство, под ред. И.Н. Ларионова, М., ИТК «Дашков и К°»,2004 г.

5. Стратегическое управление, под ред. И.Н. Ларионова, М., ИТК «Дашков и К°», 2014 г.

6. Шаркова А.В. Мировой опыт функционирования финансовой инфраструктуры поддержки инновационного предпринимательства. Предпринимательство. 2010, № 6, с. 101-107.

Plekhanov Sergey
Candidate of economic Sciences
Deputy General Director of Rustim, OOO
Researcher, Centre for system studies.

THE MECHANISM OF THE CRISIS THE INVESTMENT PROCESS IN GROWN PRODUCTION INFRASTRUCTURE

Abstract: Use a simulation method, based on the system approach based on the state statistics defines the mechanism of the crisis the investment process in branches of the production infrastructure.

Key words: investment process, infrastructure, the crisis, mechanism, development.

[1] Таблица составлена на основе «Российского статистического ежегодника». М., 2001 -с. 551, 583; 2003 – с. 575, 611; 2004 – с. 593, 627; 2005 – с. 641; 2006 – с. 657, 658, 703; 2007 – с. 679, 680, 731, 2015-с. 566, 567, 601.

* – по обрабатывающим отраслям

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

О.Б. Буздалина,
к.э.н., доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ

«Нам нужны новые источники роста....»
В.В. Путин

Аннотация: В статье приводятся некоторые доводы об актуальности и целесообразности применения мер по развитию малого и среднего предпринимательства, о повышении эффективности государственной поддержки и трудностях по выполнению условий, связанных с реализацией мероприятий.

Ключевые слова: Малый и средний бизнес, государственная финансовая поддержка, риски, кредитование, субсидирование.

Функционирование и дальнейшее развитие малого бизнеса – это необыкновенно важный сегмент экономики любого государства. Ведь, не секрет, что хозяйствующие субъекты малого и среднего бизнеса являются достаточно мобильными и гибкими. И это проявляется в их способности наиболее эффективно и быстро адаптироваться в условиях постоянно меняющейся экономической ситуации, по сравнению с крупными структурами. В современной экономике в развитых и развивающихся странах функционируют как крупные, так и средние и малые предприятия. Кроме того, существует деятельность, базирующаяся на личном и семейном труде. Размеры хозяйствующего субъекта зависят от вида экономической деятельности, их технологических особенностей, от объемов производства и капиталоемкости.

В современных условиях характерной особенностью предпринимательства является сочетание различных по масштабам производств, в том числе крупных, с тенденцией к монопольным структурам, располагающими значительными материальными ресурсами, достаточно квалифицированными кадрами, способными вести серьезные научно-технические разработки и определять технологические сдвиги; средних и малых, специализирующихся на различных направлениях, требующих незначительных капиталовложений, объемов оборудования, количества персонала и работников.

В настоящий момент отечественная экономика вынуждена искать новые пути развития и одним из перспективных направлений является поддержка, создание мотивирующих условий для малого и среднего предпринимательства.

Вышеупомянутый сектор помогает диверсификации экономики, снижает зависимость от корпоративных организаций, в том числе энерго-сырьевых. Кроме того, говоря о преимуществах малых и средних организаций, следует упомянуть относительно небольшой удельный вес постоянных затрат на поддержание бизнеса и факт прогнозируемости деятельности. Кроме того, они создают новые рабочие места, а также это достаточно серьезный налогоплательщик, позволяющий диверсифицировать источники дохода для государственного бюджета.

К положительным сторонам можно отнести то, что владельцы чаще всего четко понимают стратегию собственного бизнеса и ясно видят конечную цель. Как правило, данные субъекты хозяйствования не отягощены долгами, способны быстро перестраиваться в соответствии со сложившейся ситуацией, что и дает повод многим банковским аналитикам считать их наиболее перспективным объектом размещения кредитных средств. Таким образом, МСБ помогает оздоровлению экономики.

В современных условиях развития экономики хозяйствующие субъекты способствует насыщению рынка потребительских товаров даже при ограниченных собственных финансовых ресурсах.

Социальная функция малого и среднего предпринимательства реализуется в решении проблем занятости населения, смягчении социальной напряженности в обществе, реализации творческого потенциала, удовлетворении потребностей людей в общении. Проявление данной функции способствует формированию среднего класса – людей инициативных, стремящихся к хозяйственной самостоятельности, готовых добиваться поставленной цели.

В последние годы Правительство Российской Федерации проводит активную политику и концентрирует значительные усилия об оказании поддержки предпринимательству.

В мае текущего года Президенту Российской Федерации В.В. Путину были представлены основные направления развития российской экономики в ближайшей перспективе, существенно отличающиеся друг от друга. Тем не менее они сходятся в одном – в необходимости структурных реформ на благо страны, повышении инвестиционной активности через механизмы господдержки и прочее. Одно из направлений как раз касается дальнейшего развития малого и среднего предпринимательства.

Под термином малый бизнес обозначают совокупность мелких и средних организаций, прямо не входящих ни в одно монополистическое объединение и выполняющих подчиненную по отношению к монополиям роль в экономике. Данные субъекты ограничены определенными правовыми нормами.

Наиболее полным и точным стоит рассматривать определение в соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Итак, малое предпринимательство – это совокупность внесенных в единый государственный реестр юридических лиц потребительских кооперативов и коммерческих организаций (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физических лиц, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица [1].

По сути, малое предпринимательство подразумевает предпринимательскую деятельность, осуществляемую определенными субъектами рыночной экономики согласно федеральному закону критериям (показателям), определяющим сущность этого понятия.

Чтобы говорить про субъекты малого предпринимательства необходимо для начала понять, что такое «субъект ма-

лого предпринимательства», выявить эти самые критерии и пока затели, констатирующие сущность малого предпринимательства. В нашей стране определение этого понятия регламентируется вышеуказанным Федеральным законом.

Так, хозяйствующий субъект относится к категории «субъекта малого предпринимательства», если выполняется нескольких критериев (см. Таблицу 1) [1].

1) Хозяйствующая форма:

– юридическое лицо, внесённое в ЕГРЮЛ, кроме ГУПов и МУПов, при этом есть ограничения по долям в капитале: сумма долей РФ, субъектов РФ, муниципальных образований, религиозных и общественных организаций, благотворительных и иных фондов должна быть равна или быть меньше 25%, кроме активов акционерных инвестфондов и закрытых ПИФов. Ещё одно ограничение: доли юрлиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства должны быть равны или быть меньше 25%, но это ограничение не относится к тем субъектам, которые внедряют различные ноу-хау, исключительные права на которые принадлежат учредителям – научным учреждениям, либо юрлицам, включённым в утверждённый Правительством Российской Федерации перечень юридических лиц, предоставляющих государственную поддержку инновационной деятельности в формах, установленных Федеральным законом от 23 августа 1996 года N 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» (по иностранным юридическим лицам см. Таблицу1);

– ИП, внесённый в ЕГРИП;

– крестьянские (фермерские) хозяйства.

2) Средняя численность работников за предшествующий календарный год:

– определяется с учётом всех его работников, в т.ч. работников, работающих по гражданско-правовым договорам или по совместительству с учётом реально отработанного времени, работников представительств, филиалов и других обособленных подразделений;

– <= 100 человек – малое предприятие, из них выделяются ещё микропредприятия;

– < 15 человек – микропредприятие.

3) Выручка без учёта НДС за предшествующий календарный год:

– для микропредприятий <= 60 млн рублей;

– для малых предприятий <= 400 млн рублей;

– определяется в порядке, установленном НК РФ;

– устанавливается Правительством Российской Федерации 1 раз в 5 лет с учётом данных сплошных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого предпринимательства;

– на текущий момент регулируется постановлением Правительства РФ от 9 февраля 2013 г. N 101 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».

4) Балансовая стоимость активов (остаточная стоимость ОС и НМА) за предшествующий календарный год:

– определяется в соответствии с законодательством РФ о бухгалтерском учёте;

– устанавливается Правительством Российской Федерации 1 раз в 5 лет с учётом данных сплошных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого предпринимательства;

– на текущий момент не установлена.

Федеральным законом от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.07.2016), статьей 4. «Категории субъектов малого и среднего предпринимательства» (п.1.1) было введено изменение. Так, к МСП относятся теперь и организации, которые не более чем на сорок девять процентов контролируются крупным бизнесом или иностранцами. Это уточнение приведет к расширению числа малых компаний, получению дополнительных льгот и гарантированной доли госзаказа.

Значимость малого и среднего бизнеса для нашей экономики особенно актуальна, поскольку, по мнению экспертов, Россия уступает другим государствам по уровню развития предпринимательства и его доли в ВВП страны.

Недостаточный объем деятельности МСП проявляется также и в статистике занятости. Так, по данным Росстата в настоящее время в Российской Федерации предприятия указанного вида обеспечивают не более 25% рабочих мест. Это значительно меньше, чем в других странах (см. Таблицу 2).

В основном, все страны имеют государственные программы по развитию и поддержки МСП, применяются льготные целевые кредиты, налоговые льготы и прочее. То есть стандартный набор экономических мер государственной поддержки, направленных на развитие и стимулирование бизнеса, обновление оборудования, закупки сырья.

Также в ряде стран действуют специальные гарантийные фонды, оказывающие начинающим предпринимателям помощь в поиске источников финансирования.

Так, например, развитию предпринимательства в Канаде способствует упрощенная разрешительная система, а также низкая стоимость электроэнергии, одна из самых низких в мире на сегодняшний день. В стране созданы самые благоприятные условия для привлечения инвестиций, в том числе:

– доступность рискового капитала;

– развитие наукоемких технологий;

– разветвленная институциональная экспортная поддержка;

–большое количество различных государственных (федеральных и провинциальных) программ поддержки и развития предпринимательства. Некоторые товары и услуги облагаются налогом по нулевой ставке: молоко, хлеб и овощи; домашний скот фермерских хозяйств; медицинские препараты, связанные с бесплатным или льготным обслуживанием.

Еще одним, достаточно интересным примером является Сингапур – государство, которое занимает первое место в рейтинге Doing Business по привлекательности ведения бизнеса в мире. В Сингапуре при получении кредита сроком до 4 лет действует ставка 5 % годовых, а при получении долгосрочного кредита – 6,5 %. Специальное льготное кредитование предусмотрено для микрофирм, численность персонала которых не превышает 10 человек.

Таким образом, анализ международной практики государственной поддержки малого и среднего бизнеса в развитых странах позволяет определить следующие тенденции:

– ключевыми инструментами поддержки выступают финансовая и инфраструктурная, консалтинговая, информационная поддержка, содействие экспорту;

– в большинстве анализируемых стран поддержка направлена в первую очередь не на прямое субсидирование или обеспечение финансовыми ресурсами, а на создание благоприятных условий для оптимального функционирования субъектов, а также облегчение их доступа к заемным ресурсам (прежде всего посредством реализации гарантийных программ).

В целом успешная практика зарубежных стран по поддержке малых и средних предприятий настойчиво свидетельствует о необходимости формализации и внедрения в Российской Федерации системного государственного подхода во всех процессах, касающихся стимулирования деятельности малых и средних предприятий.

К важнейшим чертам предпринимательства следует отнести:

• доступность организационной формы для любых граждан из-за небольшого объема первоначальных вложений;

Таблица 1. Критерии отнесения субъектов хозяйствования к малому и среднему бизнесу [1]

Критерии	Микро	Малые	Средние
Доля в уставном капитале юридического лица	Суммарная доля участия РФ, субъектов РФ, муниципальных образований, иностранных лиц, общественных организаций, фондов не должна превышать 25%; доля участия, принадлежащая юридическим лицам, не являющимися субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать 25%, а суммарная доля участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства, не превышает 49%. Данное ограничение не распространяется на предприятия с инновационным характером деятельности		
Среднесписочная численность	До 15 чел.	От 15 до 100 чел.	От 100 до 250 чел.
Выручка от реализации за год (без НДС)	До 60 млн.руб.	От 60 до 400 млн.руб.	От 400 до 1000 млн. руб.

Таблица 2. Доля МСП в экономиках развитых и развивающихся стран и занятость в них населения, % [6],[7],[8]

	Россия	Канада	Франция	Великобритания	Китай	Германия	США
Доля МСП в ВВП,%	21	43	50	52	55	57	62
Занятость в МСП, %	25	47	56	60	60	60	67

• отсутствие необходимости в больших оборотных средствах;

• возможность предоставления новых рабочих мест;

• мобильность, гибкость и быстрое реагирование на изменение рыночной ситуации;

• эффективность в управлении и снижение накладных расходов.

Другой определяющей особенностью малого предприятия является низкая доля собственного капитала относительно заемного в стоимости всего капитала. Небольшие стартовые вложения и недостаточность собственных ресурсов, с одной стороны, подрывают возможность создания предприятия, но с другой стороны, позволяют воспользоваться услугами своеобразных весов этой системы – коммерческих банков, выдающих кредиты и обслуживающих предприятия с помощью иных банковских продуктов. Таким образом, банки создают себе клиентуру, вначале кредитуя малое предприятие и давая тем самым толчок для его развития, и затем удерживая, как благодарного потребителя, с помощью иных услуг.

Взаимовыгодный бизнес – это, пожалуй, хорошая основа для экономических отношений и извлечения прибыли. Кредитуя малый бизнес, банки берут на себя большие риски, особенно сотрудничая с необеспеченными заемщиками. Этот факт обусловливает достаточно высокие процентные ставки, позволяющие покрыть часть риска банка.

Как было ранее сказано, малый бизнес, несомненно играет не только экономическую, но и социальную роль. Предприятия малого и среднего бизнеса действительно динамично создают рабочие места, повышая занятость трудоспособного населения, в том числе частичную, и его доходы. Кроме того, малое предпринимательство смягчает социальную нагрузку на бюджет, обеспечивая доходы почти четверти населения страны. В силу данных причин поддержка малого и среднего бизнеса в нашей стране приобретает особое народнохозяйственное значение. И одним из средств такого рода поддержки выступает кредитование малого бизнеса.

От кредитования банками малого бизнеса, внедрения своих финансовых услуг, преимущество и выгоду получают обе стороны: и государство, и предприниматели. Власти развитых стран придают большое значение малым предприятиям, потому что их владельцы формируют основу среднего класса, который в свою очередь служит гарантом и ключом к решению вопросов:

• разработки и внедрения технических, технологических и организационных новшеств: для выживания в условиях конкуренции предприятия малого и среднего бизнеса чаще склонны идти на риск, осуществляя венчурные проекты;

• подготовки кадров, приобретающих свою основную квалификацию по месту работы;

• создания новых рабочих мест с небольшими капитальными затратами, особенно в сфере обслуживания;

• роста доли экономически активного населения, что увеличивает доходы граждан в принципе и сглаживает диспропорции в благосостоянии различных социальных групп;

• косвенной стимуляции эффективности производства крупных компаний с помощью освоения новых рынков, которые крупные предприятия считают недостаточно емкими.

Тем не менее, малый бизнес связан с различными рисками. Наглядно основные преимущества и недостатки этой формы экономической деятельности представлены в таблице 3.

Исследователи содержания функций предпринимательства выделяют в качестве отдельных ресурсную и политическую функции.

Ресурсная функция предпринимательства предполагает соединение определенным образом экономических ресурсов и их эффективное использование в процессе производства новых товаров и услуг с целью максимизации предпринимательской прибыли.

Таким образом, богатый потенциал МСП до сих пор остается нереализованным. Что в очередной раз подтверждает необходимость в привлечении государственной поддержки в этот сектор экономики.

Государственная поддержка включает комплекс мер, направленных на становление, развитие и стабилизацию сегмента малого и среднего бизнеса, которые включают в себя достаточно широкий спектр разнообразных мероприятий как на государственном, так и на муниципальном уровнях.

Соответствующие мероприятия прописаны в нормативно-правовых актах, регулирующих отношения, возникающие

Таблица 3. SWOT-анализ малого предпринимательства

Сильные стороны	Слабые стороны
Небольшая величина стартового капитала Независимость, самостоятельность Гибкость	Ограниченность рынка Значительная зависимость от конъюнктуры Отсутствие влиятельной поддержки
Возможности	**Угрозы**
Творческая самореализация Сбалансированное развитие Рост до уровня крупного бизнеса	Легкость проникновения конкурента в нишу Быстрота полного разорения Санкции

Таблица 4. SWOT-анализ государственного финансирования как источника финансирования для субъектов малого предпринимательства [3].

Государственное финансирование	
Сильные стороны	**Слабые стороны**
• возможность получения безвозвратного безвозмездного финансирования	• ограниченность выделяемых бюджетных средств
• финансирование начинающих предпринимателей и действующих предприятий	
• возмещение части затрат, связанных с финансированием из других источников	
Возможности	**Угрозы**
• программы ориентированы не только на финансовую поддержку, но также и на информационную, правовую, кадровую и т.д.	• неэффективное расходование денежных средств
	• неспособность исполнения обязательств по договору
	• возникновение угрозы банкротства

межу юридическими и физическими лицами, органами государственной власти Российской Федерации и органами местного самоуправления, связанных с вопросами развития субъектом малого и среднего предпринимательства.

Тем не менее начинающему предпринимателю в условиях рыночной экономики довольно трудно выйти на рынок, для этого ему просто необходима помощь со стороны государства. Стоит подчеркнуть, что государственная поддержка МСП должна выражаться не только в финансировании, но также и на законодательном уровне, создании необходимой инфраструктуры, инициализации кредитных, налоговых льгот и в других стимулах. Это необходимо потому что, несмотря на международные компании или просто крупные фирмы, собственно сектор МСП привносит современное развитие, как экономики, так и государства в целом. Конечно, с другой стороны такая система содержит множество рисков, ведь мало просто создать инновацию, необходимы ресурсы и возможности для ее успешного внедрения на уже имеющийся рынок или тем более на новый.

Отраслевая структура отечественного кредитования малого бизнеса имеет свои характерные черты. Наибольшую долю занимает сфера услуг и строительная отрасль. К перспективным отраслям данного вида кредитования относятся производство и торговля.

На структуру кредитных портфелей влияют прежде всего макроэкономические причины. Банки в условиях замедления экономики и снижения темпов роста выручки у предприятий малого и среднего бизнеса традиционно кредитуют менее рискованные отрасли – прежде всего торговлю. Объем кредитования МСП в 2015 году сократился на 28% по сравнению с 2104 годом , что соответствует уровня выдаваемых кредитов в 2010г.

Деятельность малых предприятий сосредотачивает свое внимание преимущественно в сфере торговли и услуг, что ослабляет возможность использования малых фирм в качестве основополагающего фактора развития инноваций.

Развитие малого и среднего предпринимательства является по сей день достаточно главным приоритетным направлением государственной политики, связанным с созданием эффективной конкурентоспособной экономикой, направленной на обеспечение и повышение благосостояния населения на основе динамичного и устойчивого экономического роста.

Итак, поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства представляет собой деятельность органов государственной власти Российской Федерации и органов местного самоуправления, направленной на обеспечение функционирования инфраструктуры поддержки МСП. Их целью является реализация мероприятий, предусмотренных в государственных и муниципальных программах развития субъектов малого и среднего предпринимательства соответственно [1].

В современных экономических условиях важно уделить пристальное внимание инновационному развитию. Это возможно лишь в условиях преодоления кризисных явлений и обеспечения экономического роста. Слово «кризис», написанное по-китайски, состоит из двух иероглифов: один означает «опасность», другой – «благоприятная возможность». Таким образом, экономический кризис – это явление, которое не всегда приводит к отрицательным последствиям, а, во многом наоборот, дает шанс на подъем и развитие экономики.

Так, следует искать новые финансовые ресурсы и технологии, то есть ещё большее внимание уделять инновационной деятельности. Развитие инновационной деятельности определено в качестве приоритетного направления вот уже в течении длительного периода и в ряде официальных документах. Так, например, в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года сказано, что для эффективной реализации плана развития, перехода страны на инновационную модель, необходима успешная модернизация экономики и социальной сферы.

Основными целями инновационной деятельности попрежнему остаются следующие основные направления:

– модернизация российской экономики;

– обеспечение конкурентоспособности отечественных товаров, работ и услуг на российском и мировом рынках;

– улучшение качества жизни населения.

В этой связи многие страны увеличивают расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, это также становиться популярным и в России. Хозяйствующие субъекты создают конструкторские бюро, создавая тем самым отечественное оборудование и осуществляя модернизацию уже имеющегося, создавая рабочие места.

В соответствии с данными в большинстве стран наблюдается рост расходов на НИОКР в течение длительного периода. Значительный объём средств направляется на в европейских странах и США, что объясняет высокий уровень научных исследований, проводимых в этих государствах.

Так, согласно информации базы данных Института статистики Организация Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), среднемировой показатель расходов на НИОКР составляет 2,17% к ВВП, в Великобритании – 1,67%, в США – 2,81%, в Германии – 2,88%, Швеции – 3,28%, Японии – 3,34%, Израиле – 4,03.

Этот показатель достаточно различный в ряде государств, но вполне стабильный в течение длительного периода. Так, например, не существенно менялся в до– и посткризисный период показатель расходов на НИОКР и в Сингапуре, его тренд отмечен на уровне 2,2%, незначительный скачок приходится в период мирового кризиса 2008-2009 г., когда рост расходов достиг уровня 2,4% в 2007г и 2,6% в 2008г. Это подчеркивает некоторое предвидение кризиса и готовность его преодолеть, усилив государственное регулирование.

Как, видим показатель по России в объеме 1,16% – ниже среднемирового. Кроме того, количество исследователей на 10 тыс. занятых в экономике человек в 1,5-2,5 ниже по сравнению с такими государствами как Финляндия, Корея, Япония и т.д. Подобная ситуация некоторым образом создает предпосылки для консервации экономики, дальнейшей дестабилизации и несет угрозу национальной безопасности России. Поэтому следует изменить подход к науке, образованию, делать акцент на инновационное развитие экономики, усиление научно-технологического развития страны, повышение международной конкурентоспособности отечественной несырьевой продукции.

Налоговые методы, относящиеся к финансовым методам регулирования экономики, были и остаются наиболее действенными методами, за счёт которых государство может поддержать инновационную деятельность. Однако, по мнению некоторых экспертов, в современных условиях необходимо уделить внимание и мерам неналоговой поддержки, поскольку налоговые методы предполагают дополнительные расходы государства или недополучение доходов. Именно за счет неналоговых методов реализуются такие формы поддержки как предоставление образовательных услуг, информационная поддержка, консультационная поддержка, развитие науки, развитие инфраструктуры и др.

Необходимо отметить увеличение средств, выделяемых в рамках специальных государственных программ, в рамках реализации концепции бюджетирования ориентированного на результат. При этом создание специальных государственных программ, нацеленных на развитие инноваций, можно выделить и в качестве самостоятельного направления поддержки.

Общая идея государственных программ состоит в стимулировании инновационной деятельности и созданию условий для её коммерциализации. Средства выделяются через механизмы субсидий организациям и субъектам, а также бюджетных инвестиций.

К процессу финансового регулирования необходимо активнее привлекать и государственно-частные партнерства. Практика участия государственно-частного партнерства (ГЧП) широко применяется в зарубежных странах. Актуальным ГЧП стало в последние десятилетия, что связано, с усложнением социально-экономической жизни и наличием некоторых трудностей выполнения государством своих общественно значимых функций. Бизнес заинтересован в новых объектах для инвестирования. ГЧП представляет собой в некотором аспекте альтернативу приватизации жизненно важных, стратегически значимых объектов государственной собственности в сфере производственной и социальной инфраструктуры: автомобильных и железных дорог, аэропортов, морских портов, энергетических сетей, коммунального хозяйства, телекоммуникаций, объектов образования, здравоохранения и культуры. Характерно, что возникновение такого рода отношений стало следствием общего курса на либерализацию и сокращение государственного участия в экономике.

Можно выделить и другие формы поддержки и стимулирования инновационной активности. Это и государственные закупки и предоставление грантов, создание фондов и т.д. Стоит отметить, что в настоящее время у России для перезагрузки экономики есть все необходимые ресурсы, создана соответствующая нормативно-правовая база, регламентирующая методы финансового регулирования экономики. Необходимо только качественная реализация плана мероприятий, утвержденного руководством государства. Конечно, все понимают, что реализация антикризисных мер происходит в достаточно сложное время, в условиях экономической нестабильности, политической неустойчивости и многое зависит от патриотизма каждого гражданина государства, желания созидать и преумножать богатства страны, повышать уровень конкурентоспособности экономики и имидж государства.

В настоящий момент в экономике России складывается достаточно сложная ситуация. С одной стороны, как показывают некоторые исследования, средств, выделяемых на развитие науки и инновационную деятельность, недостаточно. С другой стороны, необходимо снижать долю прямой государственной помощи в осуществлении НИОКР, стараться стимулировать проведение исследований коммерческими организациями, как это сделано в большинстве развитых и наиболее успешных развивающихся странах. Первые шаги в этом направлении уже сделаны, необходимо продолжать применять налоговые преференции для компаний и граждан, неналоговые методы для организаций (но больше в целях создания удобной инфраструктуры, прозрачной нормативной базы, финансирования фундаментальных исследований (при этом прикладные в максимально возможном объёме передать компаниям)), создавать свободные экономические зоны (с льготным налогообложением, таможенным режимом и стимулировать государственно-частное партнёрство с перспективами снижения доли затрат государства на НИОКР при увеличении их абсолютных объёмов (за счёт МСП).

Стоит отметить, что в современных условиях одним из факторов экономического роста являются инновации. Они необходимы как для обеспечения достойной жизни населения страны, так и для укрепления конкурентоспособности страны на мировой арене. В относительном выражении (в процентах к ВВП) объём расходов в России соответствует показателям умеренно развивающихся стран, но оказывается существенно ниже общемирового уровня и уровня активно развивающихся и развитых стран.

Итак, в заключении хотелось отметить, что государственная финансовая поддержка субъектов малого предпринимательства в Российской Федерации является отдельным направлением финансовой политики государства, организованы специальные программы по помощи субъектам малого

предпринимательства. В основном прямой финансовой помощью малому бизнесу занимаются на региональном уровне.

Государственная финансовая поддержка субъектов малого предпринимательства напрямую включает в себя выдачу субсидий малым бизнесам, при этом заключается договор и предприниматель обязан соблюдать договорные обязательства, иначе субсидию придётся возвращать с учетом уплаты штрафов и пеней. В тоже время программа является недостаточно эффективной, учреждение, которое субсидирует предпринимателей является непроизводительной. Объем помощи, выделяемый в среднем на каждого предпринимателя, является слишком малым, а условия, на основании которых предоставляются, – сложно выполнимые.

В этой связи необходимо улучшить ситуации, так как текущая система субсидиарной поддержки не в полном объеме оправдывает себя и требует совершенствования.

Помимо субсидиарной поддержки субъектом малого предпринимательства государственная финансовая поддержка в Российской федерации также может включать в себя иные формы поддержки, различающиеся по регионам.

Одной из наиболее используемых и предпочтительных форм финансирования для субъектов малого предпринимательства является кредитное финансирование. Но при этом, малый бизнес зачастую не в силах брать кредит из-за высоких ставок, недостаточности залогового обеспечение и других факторов. Иные формы финансирования плохо развиты в Российской Федерации – в том числе факторинг и венчурное финансирование. Самофинансирования зачастую не хватает субъектам малого предпринимательства. Лизинг является более удобной формой финансирования предпринимательства, использующих обычную систему налогообложения. Хотя, среди субъектов малого предпринимательства достаточно значительный процент тех, кто применяет специальные налоговые режимы (УСН/ЕНВД). Поэтому необходимо упростить и облегчить получение кредитного финансирования субъектами малого/среднего предпринимательства.

В свою очередь, необходимо помочь МСП стать конкурентоспособными в глазах инвесторов. Речь идет не только о финансовой поддержке, но также следует мотивировать МСБ к повышению квалификации персонала по ведению бизнеса. В процессе обучения персонал должен овладеть навыками проведения анализа хозяйственной дельности, кредитоспособности субъектов малого бизнеса по различным методикам и навыками заблаговременного выявления рисковых зон деятельности хозяйствующего субъекта для принятия и реализации грамотных управленческих решений, способствующих развитию отечественного предпринимателя; овладеть умением решать вопросы, связанные с подготовкой соответствующей финансовой отчетности для предоставления финансовым организациям, выдающим поручительства, кредиты и прочее.

Это, несомненно, позитивно скажется на улучшении позиционирования и конкурентоспособности предпринимательства в Российской Федерации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (с изм. вступ. в силу 1.07.2016) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

2. Распоряжение Правительства РФ от 27.01.2015 N 98-р «Об утверждении плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году».

3. Буздалина О.Б. «Развитие государственной финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства в условиях экономической неопределенности. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015 г.

4. Шаркова А.В. Роль высших учебных заведений в развитии инновационного предпринимательства в Российской Федерации «Экономика и предпринимательство». 2014. № 6 (47) С.791-794.

4. http://www.rg.ru

6. http://www.roskazna.ru

7. http://ec.europa.eu/eurostat

8. www.gks.ru

9. www.oecd.org

Buzdalina O.B., Ph.D in Economics, Associate professor at the Department of State and municipal finances

Financial University under the Government of the Russian Federation

PERSPECTIVE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN RUSSIA

Abstract: In the current climate of economic uncertainty, the main efforts should be directed at containing the negative trends in the economy and mitigation. A major task for solving a number of economic problems is the search for new sources of growth. The article presents some arguments on the relevance and appropriateness of measures on development of small and medium enterprises, improve the efficiency of state support, revealed difficulties in the implementation of the conditions associated with the implementation of measures, summed up the experience of foreign countries.

Keywords: Small and medium-sized businesses, government financial support, risks, loans, subsidies

Е.С. Орлова,
аспирант, ФГБОУ ВО НИУ «МЭИ», ассистент кафедры
«Менеджмент в энергетике и промышленности»

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: Рассматривается понятие конкурентоспособности предприятия и анализируются методы ее оценки.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, методы оценки.

Понятие конкурентоспособности является базовым для любого предприятия и рассматривается в трех взаимосвязанных аспектах – на уровне предприятия в целом, на уровне производства и на уровне продукции. Конкурентоспособность является комплексным системным свойством, по-разному проявляющимся на каждом из уровней, и может выражаться через групповые, интегральные и обобщенные показатели.

Конкурентоспособность предприятия — это его способность успешно соперничать на рынке и получать относительно конкурентов экономические выгоды. Целью оценки конкурентоспособности предприятия является определение его положения на отраслевом, региональном или международном рынках, то есть определение конкурентного статуса предприятия.

Конкурентный статус предприятия — совокупность сильных и слабых сторон организационно-экономического положения предприятия на отраслевом и региональных рынках товаров и услуг относительно главных его конкурентов.

Конкурентный статус предприятия непосредственно зависит от его конкурентных преимуществ, которые в большей своей части зависят от эффективности использования разных видов ресурсов в процессе производства, сбыта и последующего сервисного обслуживания производимой продукции.

Каждое предприятие обладает множеством характеристик. Для оценки их необходимо свести в однородные показатели, определяемые количественно или качественно, и выбрать методику их измерения. Однако учесть все характеристики предприятия невозможно, поэтому следует выбирать наиболее важные из них. Результат оценки конкурентоспособности предприятия зависит от целей анализа, практической возможности получения нужной информации, используемой методики измерения показателей.

Оценка конкурентоспособности всегда производится по обобщенному алгоритму. Этот алгоритм предусматривает:

- определение цели оценки;
- определение областей (видов деятельности), учитываемых при анализе;
- выбор базы сравнения;
- определение характеристик, подлежащих измерению;
- оценку выбранных характеристик;
- расчет обобщенного показателя конкурентоспособности;
- выводы о конкурентоспособности.

Однако в некоторых случаях применяют упрощенный анализ конкурентоспособности, который не полностью соответствует приведенному алгоритму. Так одним из ярких показателей конкурентоспособности является доля предприятия на рынке: чем выше доля рынка хозяйственной единицы, тем выше ее конкурентоспособность. Доля рынка предприятия и темп роста рынка свидетельствуют об эффективности деятельности предприятия, которая проявляется в наличии спроса на его продукцию. При увеличивающейся или неизменной доле предприятия можно говорить о том, что предприятие на рынке конкурентоспособно. Если же доля предприятия на рынке снижается, то это значит, что его конкурентоспособность достаточно низкая.

Рассмотрим несколько наиболее популярных методов оценки конкурентоспособности предприятия, основанных на определенных методиках расчета и проанализируем их.

Методика оценки конкурентоспособности предприятия, основанная на комплексном исследовании внутренней среды предприятия, предполагает два направления:

- определение перечня внутренних факторов и оценка их влияния на эффективность и качество деятельности предприятия,
- определение сильных и слабых сторон в каждой из функциональных областей деятельности предприятия.

Первое направление исследования — определение внутренних факторов и оценка их влияния на эффективность и качество деятельности предприятия — проводится для установления резервных ресурсов совершенствования деятельности. Исследование основано на использовании методики комплексного анализа производственно-хозяйственной деятельности и финансового менеджмента. Как правило, анализ начинается с рассмотрения финансового состояния предприятия. Такой анализ направлен на выяснение того, как предстоящее развитие согласуется с наличием достаточного объема финансовых средств и платежеспособностью. При этом финансовые показатели можно объединить в четыре основные группы.

Первая группа – это показатели оценки прибыльности хозяйственной деятельности. В нее входят общая рентабельность предприятия, чистая рентабельность предприятия, рентабельность собственного капитала, общая рентабельность производственных фондов.

Ко второй группе относят показатели оценки эффективности управления. В нее входят отношение чистой прибыли к объему реализации продукции и отношение общей прибыли к объему реализации продукции.

Третья группа – это показатели оценки деловой активности. В данную группу входят отдача от активов, отдача основных фондов, оборачиваемость оборотных фондов, оборачиваемость дебиторской задолженности, оборачиваемость банковских активов, отдача собственного капитала.

В четвертую группу входят показатели оценки ликвидности. К ним причисляют текущий коэффициент ликвидности, отношение прочих активов к срочным обязательствам, индекс постоянного актива, коэффициент автономии, обеспеченность запасов собственными оборотными средствами.

Анализ этих показателей позволяет выяснить закономерности их изменения и оценить эффективность финансовой деятельности предприятия.

Второе направление исследования — определение сильных и слабых сторон в каждой из функциональных областей деятельности предприятия — осуществляется для того, чтобы выявить направления деятельности и возможности, которые могут стать основой будущей стратегии предприятия, что обеспечит создание устойчивых конкурентных преимуществ. Данный анализ можно проводить на различных уровнях охвата деятельности предприятия: всей совокупности функциональных подсистем; одной или нескольких функциональных подсистем; одного или нескольких элементов функциональных подсистем или одного элемента функциональной подсистемы.

Для возможности проведения равносильного сравнения результатов исследования необходимо проводить анализ по-

тенциала по тем же областям и направлениям, что и анализ ближайших конкурентов.

Помимо рассмотренной методики оценка конкурентоспособности предприятия также может производиться посредством матричного метода. Матричный метод оценки конкурентоспособности, предложенный Бостонской консалтинговой группой, в настоящее время очень популярен не только за рубежом, но и часто применяется крупными Российскими предприятиями. Данный метод применим для оценки конкурентоспособности товаров, «стратегических единиц бизнеса» — сбытовой деятельности, отдельных предприятий и отраслей. Матрица «Скорость рынка — рыночная доля» — инструмент анализа стратегических хозяйственных единиц предприятия.

Основное преимущество метода заключается в том, что при наличии достоверной информации об объемах реализации метод позволяет обеспечить наибольшее соответствие оценки реальности – то есть ее репрезентативность.

Также достаточно часто на практике используется метод, основанный на теории эффективной конкуренции. Согласно этой теории, наиболее конкурентоспособными являются те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. На эффективность деятельности каждой службы оказывает влияние множество факторов — ресурсов предприятия. Оценка эффективности работы каждого из подразделений основывается на оценке эффективности использования ресурсов предприятия этим подразделением. В основе данного метода лежит оценка четырех групповых показателей конкурентоспособности.

В первую группу оцениваемых характеристик входят показатели, отражающие эффективность управления производственным процессом. К ним обычно относят экономичность производственных затрат, рациональность эксплуатации основных фондов, совершенство технологии изготовления товара и эффективность организации труда на производстве.

Во вторую группу включают показатели, отражающие эффективность управления оборотными средствами предприятия. В их число входят: независимость предприятия от внешних источников финансирования, способность предприятия расплачиваться по своим долгам и возможность стабильного развития предприятия в будущем.

Третью группу составляют показатели, позволяющие получить представление об эффективности управления сбытом и продвижением товара на рынке посредством применения маркетинговых решений, рекламы и стимулирования сбыта.

И четвертая группа включает показатели конкурентоспособности товара, такие как качество товара и его себестоимость.

Описанная методика оценки конкурентоспособности предприятия охватывает все наиболее важные показатели хозяйственной деятельности промышленного предприятия, исключает дублирование отдельных показателей, а также позволяет быстро и объективно получить картину положения, занимаемого предприятием на отраслевом рынке. Использование в ходе оценки сравнения показателей в разные промежутки времени дает возможность применять этот метод как вариант оперативного контроля отдельных подразделений и служб. Однако в этой формуле не учитывается отношение потребителей данной продукции к качеству товаров, производимых рассматриваемым предприятием.

На практике также часто применяют другие методы расчета и оценки конкурентоспособности предприятия. Так Австралийские ученые, например, рекомендуют оценку конкурентоспособности предприятия проводить на основе оценки конкурентоспособности продукции, рыночной доли, степени износа основных фондов и инновационной активности предприятия.

Конкурентоспособность предприятия при этом оценивается по формуле (1).

$$K_{\text{п}} = \sum \Phi\text{б}_i \times a_i, \qquad (1)$$

где $\Phi б_i$ – средняя балльная оценка по каждому фактору конкурентоспособности предприятия, общее число оценок – n; a_i – весовой коэффициент каждого фактора в интегральной оценке конкурентоспособности предприятия. Значимость (весовой коэффициент) показателей качества продукции и его цены обычно выражается соотношением 2:1 или в долях значимости: 0,67:0,33.

Оценка рыночной доли при этом обычно проводится на основе анализа занимаемой предприятием доли рынка и динамики ее роста (с использованием матрицы – табл. 1).

При этом рыночная доля предприятия рассчитывается по (2):

$$K_{\text{р.д}} = \frac{\text{ОП}}{\text{ООПР}}, \qquad (2)$$

где ОП — объем продаж основных видов продукции предприятия; ООПР — общий объем продаж данной продукции на рынке региона.

Таблица 1. Баллы для оценки рыночной доли предприятия

Доля рынка, %	Годовой темп прироста рыночной доли в % и соответствующее количество баллов			
	более 10%	от 5 до 10%	от -5 до 5%	менее -5%
Лидер рынка (доля рынка свыше 40%)	2	1,5	1	0
Сильная конкурентная позиция предприятия (доля рынка от 15 до 40%)	1,5	1	0,5	0
Слабая конкурентная позиция предприятия (доля рынка от 5 до 15%)	1	0,5	0	0
Аутсайдер рынка (доля рынка менее 5%)	0,5	0	0	0

Коэффициент износа характеризует потенциал предприятия в перспективе и является одним из обобщающих показателей, характеризующих состояние основных фондов, и показывает, в какой степени находящиеся в эксплуатации основные фонды изношены определяется по формуле (3).

$$K_{\text{из}} = \frac{\text{И}_{\text{о.ф}}}{\text{ОФ}_{\text{п.ст}}} 100\%, \qquad (3)$$

где $\text{И}_{\text{о.ф}}$ — степень износа основных фондов; $\text{ОФ}_{\text{п.ст}}$ — первоначальная стоимость основных фондов предприятия.

Для оценки степени износа основных фондов предприятия баллы распределяются согласно следующей шкале: низкая степень износа (менее 20%) — 2 балла; средняя степень износа (20-40%) — 1 балл; высокая степень износа (более 40%) — 0 баллов.

Инновационная активность определяется по формуле (4).

$$ИА = \frac{ИП}{ИО}, \quad (4)$$

где ИП — число инноваций предприятия; ИО — среднее число инноваций в отрасли.

Баллы для оценки инновационной активности предприятия распределяются в соответствии со шкалой: количество инноваций предприятия превышает среднее число инноваций в отрасли – 2 балла; равно среднему числу инноваций в отрасли – 1 балл; меньше среднего числа инноваций в отрасли – 0 баллов.

Полученное значение конкурентоспособности не является абсолютным, а также рассчитывается для ближайших предприятий-конкурентов и сравнивается. Результат поэтапного сравнения позволяет определить сильные и слабые стороны предприятия.

Также наиболее простым и наглядным методом оценки конкурентоспособности является представление результатов проведенного сопоставления деятельности конкурентов в виде многоугольника конкурентоспособности. Критерии сравнения при этом могут быть различными. Обычно выделяют такие факторы предприятия как себестоимость производства, посредники, организация дистрибуции, рыночная цена, сервис, качество товара, организация продаж, финансовые возможности и т.д.

Оценка возможностей предприятия по выбранным факторам позволяет построить многоугольник конкурентоспособности. По каждой оси для отображения уровня значений каждого из исследуемых факторов (оценка проводилась только по 8 факторам) используется определенный масштаб измерений (очень часто в виде балльных оценок). Изображая на одном рисунке многоугольники конкурентоспособности для разных оцениваемых предприятий, легко провести анализ уровня их конкурентоспособности по различным факторам. Очевидно, что возможность построения многоугольника конкурентоспособности, как для продуктов-конкурентов, так и для маркетинговой деятельности предприятий-конкурентов в целом расширяет возможности применения данного метода. Но недостатком такого подхода является отсутствие прогнозной информации относительно того, в какой мере тот или иной оцениваемый конкурент в состоянии улучшить свою деятельность.

По результатам исследований, проведенных по рассмотренным направлениям изучения конкурентоспособности, проводится сравнительный анализ уровня отдельных параметров, достигнутого предприятиями-конкурентами. На основе анализа полученных оценок выявляются сильные и слабые стороны конкурентной позиции по всем изученным направлениям конкурентоспособности. Далее разрабатываются мероприятия по закреплению сильных сторон и ликвидации слабых мест.

Рассмотренные методики – это лишь малая часть существующих положений оценки конкурентоспособности предприятия. Однако, даже их анализ показывает, что в каждом конкретном методе оценка производится с различных точек зрения и различными путями. Подобная разобщенность может привести к тому, что анализ одного и того же предприятия различными методами даст кардинально различные результаты. Это неприемлемо. Поэтому можно сделать вывод о необходимости разработки универсальной, объективной и единой методики оценки конкурентоспособности предприятия, которая позволила бы получить значение конкурентоспособности с определенной точностью.

ЛИТЕРАТУРА

1. Царев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие / Царев В.В., Кантарович А.А., Черныш В.В. М: Юнити-Дана. – 2012. – 799 с.

2. Карпов А.Л. Конкурентоспособность: тактика и стратегия промышленного предприятия. И: ОмГУ. – 2009. – 180 с.

3. Левкин И.М. Добывание и обработка информации в деловой разведке. /Левкин И.М., Микадзе С.Ю. С.-П.: Университет ИТМО – 2015. – 461с.

4. Дашков Л.П., Сорокина И.Э. О формировании конкурентоспособности Российской потребительской кооперации в условиях глобализационных трансформаций. Научно-теоретический журнал «Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики». М.: Российский университет кооперации. 2012 г., № 3, с. 87–90.

5. Шаркова А.В., Условия и факторы развития организаций промышленности. Предпринимательство. 2012. № 6, с. 111-118.

ORLOVA Ekaterina Sergeevna
Postgraduate's degree
Moscow Power Engineering Institute (MPEI),
E-mail: orlova_e.s@mail.ru

METHODS OF ESTIMATION OF THE ENTERPRISE'S COMPETITIVENESS

Abstract: Discusses the concept of competitiveness of the enterprise, and analyzes the methods of its evaluation.

Keywords: competition, competitiveness, methods of an estimation.

Л.П. Дашков,
д.э.н., профессор, Российский университет кооперации
office@dashkov.ru;
И.Э. Сорокина,
к.э.н., профессор, Вологодский институт бизнеса
докторант, Российский университет кооперации
volis72@mail.ru

УСЛУГИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ: ТЕНДЕНЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ

Аннотация: в статье анализируется воздействие глобальных трансформационных процессов на развитие сферы товарного обращения, включая технологическую и организационную модернизацию, совершенствование коммерческой деятельности, применение маркетингового подхода. Авторы убедительны в том, что розничная торговля является социальным выражением качества жизни общества.

Ключевые слова: глобализация, розничная торговля, услуги розничной торговли, коммерческая деятельность, торговый маркетинг.

Объективные тенденции эволюции отечественного хозяйства (процессы глобализации и регионализации экономики, сетевой организации и системной институционализации предприятий, внедрения высоких технологий и информатизации и др.) определяют стратегическое видение модернизации сферы товарного обращения. Ее доминантным компонентом является розничная торговля.

По мнению Ф.Г. Панкратова [7] розничная торговля – это товарообменный процесс, направленный на удовлетворение потребностей людей путем свободной продажи товаров и услуг, представляющих для них ценность.

М.Ю. Иванов отмечает, что розничная торговля означает в переводе с англ. – «retail trade» – «малый бизнес», с франц. «retailer» – «разрезать, дробить», от русского глагола «рознить» – «разделять, отделять часть от целого, одно от другого» [6]. Поэтому в последнее время розничную торговлю, т.е. дробление партий товаров для отдельных покупателей в целях личного использования, стали называть «ритейлингом», т.е. ритейл, ритейлинг – это просто розничная торговля.

В части 2 ГК РФ дается определение понятия «розничная торговля», которое указывает, что «по договору розничной купли-продажи продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность в сфере розничной торговли, передает покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, т.е. розничные торговцы реализуют товар конечным потребителям» [1]. Долгое время законодатели не замечали присутствовавшей в Налоговом кодексе РФ (далее НК РФ) правовой коллизии, в главе о едином налоге на вменённый доход (далее ЕНВД), где понятие розничной торговли описывалось, как торговля за наличный расчёт, что противоречило понятию розничной торговли в ГК РФ. Разработчики закона с 1 января 2006 года исправили эту ошибку в НК РФ. Теперь понятие розничной торговли в главе ЕНВД НК РФ соответствует понятию розничной торговли в ГК РФ.

Согласно статье 2 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», а также ГОСТа «Торговля. Термины и определения», «розничная торговля – вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в личных, семейных, домашних и иных целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности».

Субъекты розничной торговли оказывают услуги и товаропроизводителям, и потребителям. В частности, освобождают товаропроизводителей от необходимости вступать в отношения с огромной массой потребителей; путем создания запасов товаров они обеспечивают синхронизацию ритма производства и ритма потребления; благодаря им, денежные доходы производителей становятся более регулярными и независимыми от задержек в сбыте продукции потребителям. Услуги торговли создают условия для того, чтобы материальные блага, произведенные в массовом порядке множеством предприятий, разбросанных на обширной территории, стали доступными потребителям в таком количестве и качестве, в таком месте и в такое время, которые удобны для них. В основе розничной торговли используется теория индивидуального выбора, которая исходит из принципа приоритета потребителя. Поэтому розничная торговля является социальным выражением качества жизни общества.

Фирмы-производители изготавливают товары и продают их фирмам, занимающимся оптовой или розничной торговлей. Оптовики перепродают эти товары розничным торговцам, а те – конечным потребителям. Именно торговля, реализуя произведенную потребительскую стоимость, связывает производство с потреблением и поддерживает равновесие между спросом и предложением. При этом не имеет значения, кто и где осуществляет реализацию товаров и через какие каналы сбыта они доводятся до конечных потребителей.

Торговая сфера сегодня – один из наиболее динамично развивающихся секторов российского хозяйства. К середине первого десятилетия нового века сразу более десятка торговых компаний преодолели по объему годовой чистой выручки миллиардный рубеж в долларовом исчислении, а оборот отдельных крупных магазинов стал сопоставим с объемами производства солидных промышленных предприятий. Сфера торговли оказывает возрастающее влияние на другие отрасли, работающие по всей цепи товародвижения, включая закупщиков, дистрибьюторов и производителей. Розничная торговля решает следующие задачи: приобретает товары у оптовика и предлагает их для продажи любому желающему (магазинная торговля) в неизменном виде или после обычной для розничной торговли обработки (переработки); формирует ассортимент товаров и перечень услуг для удовлетворения потребностей покупателей; демонстрирует образцы на открытых торговых стендах в целях получения заказов на товары (пункт по приему заказов); осуществляет рассылку товаров, заказанных по каталогу, образцам, пробам или на основании других предложений (посылочная торговля); организует торговлю с доставкой товара на дом, через стационарную мелкорозничную и нестационарную передвижную торговую сеть..

Функции розничной торговли по обеспечению успешной реализации товаров конечным потребителям определяются ее сущностью и заключаются в изучении спроса на товары, их рыночного предложения, поддержании баланса между предложением и спросом; в формировании торгового ассортимента, удовлетворении потребностей населения в товарах; в организации товародвижения, доведении товаров до покупателей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам продажи; в воздействии на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема товаров; в формировании товарных запасов и поддержании их на необходимом уровне; в рекламной работе розничных торговых предприятий; в осуществлении торгово-технологических операций с товаром – хранении, производственной доработке (фасовка, упаковка и т.п.); внутримагазинном перемещении, размещении и выкладке в торговом зале, совершенствовании технологии торговли и улучшении обслуживания покупателей; в формировании спроса и стимулировании сбыта на реализуемые товары; в выборе наиболее эффективных методов продажи товаров (предложение товаров и оказание помощи покупателям в их выборе, выполнение расчетных операций); в оказании покупателям комплекса услуг, облегчающих процесс не только покупки, но и использования товара (прием предварительных заказов, продажа отдельных товаров в кредит, доставка купленных товаров покупателю, сборка и установка купленных товаров на дому у покупателя, обучение покупателя правилам эксплуатации технически сложных товаров, подарочная упаковка приобретенных товаров и т.д.); в удовлетворении потребностей населения в товарах; в доведении товаров до конечных покупателей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам непосредственной продажи; в поддержании баланса между предложением и спросом; в воздействии на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема производимых товаров; в совершенствовании технологии торговли и улучшении обслуживания покупателей.

В условиях глобализационных трансформаций розничная торговля в России ориентируется на развитие торговли стран с развитой рыночной экономикой, где широко внедряются достижения науки и техники, сосредоточены большие людские ресурсы, привлекаются значительные финансовые средства. Ведение коммерческой деятельности в этих условиях характеризуется динамичным развитием розничной торговли на потребительском рынке России.

Розничная торговля остается одним из ключевых драйвером российской экономики, однако потребительский спрос постепенно начинает замедляться. В последние годы драйвером развития розничной торговли остаются торговые сети, объем выручки, которых растет быстрее темпов прироста розничной торговли в целом. Данная тенденция характерна для большинства сегментов продовольственного и непродовольственного ритейла. С каждым годом растет доля современных форматов торговли, по разным оценкам, она составляет от 45 до 60,0% оборота розничной торговли в целом.

Финансовый кризис 2008-2009 гг., резкое падение курса рубля в конце 2014 г. значительно снизили покупательную способность населения. Многие производственные предприятия сократили объемы выпуска продукции. В торговых сетях изменился ассортимент отдельных групп и порядок оплаты за поставляемые товары. Так, Федеральным законом «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»[2] зафиксированы сроки оплаты продукции торговыми сетями. Вместе с тем розничные торговые сети, реализующие продовольственные товары, с рыночной долей свыше 25,0% не смогут открывать новые торговые объекты.

Торговая отрасль России в настоящее время стала одной из крупных бюджетосодержаших систем, ее доля во внутреннем валовом продукте страны составляет 22,0%. В отрасли действуют свыше 900 тыс. хозяйственных единиц. В торговле сегодня занято около 15 млн. человек (около 15,0% общего числа занятых в экономике страны).

Актуальной проблемой в российской экономике является современное развитие торговых сетей. Для крупного бизнеса к проблемам с кредитами, поставщиками и снижающейся покупательной способностью потребителей добавились и административные – стремление властей сократить долю «сетевиков» до минимума.

Усиление конкуренции на рынке, не позволяющее российским сетям снизить темпы роста, приводит к возникновению ситуации, когда операционные денежные потоки оказываются недостаточными для финансирования инвестиционных проектов, что вынуждает компании наращивать долг, увеличивающий процентные расходы и стоимость дополнительных заимствований. В случае отсутствия у компании акционера, располагающего значительным объемом свободных средств, подобное развитие событий в среднесрочной перспективе может привести к снижению темпов роста и уровня конкурентоспособности. В то же время риск дефолта для российских сетей практически не актуален ввиду значительного интереса российских и зарубежных ритейлеров, а также финансовых инвесторов к активам в сфере розничной торговли.

Состояние розничной торговли в развитых зарубежных странах сегодня признается как гиперконкуренция. Конкурентная борьба ведется по трем направлениям: между формами обслуживания покупателей (например, передовые магазины самообслуживания против устаревших гастрономов); между производителями и торговыми посредниками (появление при заводах и фабриках собственных магазинов розничной торговли под торговой маркой производителя); на новых рынках (американские фирмы стремятся утвердиться на европейском рынке, европейские захватывают рынки стран Центральной и Восточной Европы).

Одной из основных тенденций российской розничной торговли в условиях жесткой конкуренции является развитие сетевых форматов, гипермаркетов, супермаркетов, дискаунтеров. Основными форматами по торговой площади являются: мини-маркеты (или бентамы) – от 90 до 400 м^2; универсамы, супермаркеты, дискаунтеры – от 400 до 3000 м^2; гипермаркеты – свыше 3000 м^2. Наиболее развита во всех странах сеть дискаунтеров, которая достигает почти 100,0%.

Изменения российской экономики связаны с коммерческой деятельностью, становлением и развитием малого предпринимательства как эффективного сектора национальной экономики. В современных условиях рыночного взаимодействия представителям малого предпринимательства, к которому в основном относятся предприятия розничной торговли, необходимы высокая инициатива, компетентность и оперативность в организации коммерческой работы.

Наряду с внедрением сетевой торговли получили развитие и небольшие магазины формата «магазин у дома» (за рубежом – «бентамы», «удобные магазины», «соседские магазины»), которые предполагают обслуживание жителей из близко расположенных домов. Их характеризует удобный (часто круглосуточный) режим работы и расположение «в пределах шаговой доступности» (т.е. короткой пешей прогулки). Такой магазин открывается в расчете на проживающих в радиусе 400-800 м и совершающих целевые покупки от двух, до семи раз в неделю для восполнения пробелов в домашнем ассортименте. Кроме утилитарной функции такие магазины играют и социальную роль, так как покупатели имеют дело со знакомыми продавцами и встречают соседей; они становятся ме-

стом не только покупок, но и соседского общения, культурной коммуникации.

Уникальность этих «магазинов у дома» состоит в том, что только в этом формате возможно достижение высокого уровня индивидуального сервиса, так как отношения между покупателями и продавцами складываются дружескими, доверительными и неформальными. Качество обслуживания в индивидуальных магазинах всегда намного выше, чем в сетях, в которых предлагают низкие цены, но не предлагают сервиса. По прогнозам специалистов, формат шаговой доступности выживает практически при всех изменениях рынка, в том числе и при появлении крупных форматов. Это связано с тем, что для жителей многих городов страны стала главным критерием выбора места покупок близость магазина к дому. В этих магазинах есть необходимый набор товаров хорошего качества, постоянный ассортимент. Покупки совершаются быстро, покупателей устраивают и цена, и сервис, и комфорт.

Ведущим звеном потребительского рынка г. Вологды является торговля, так как она непосредственно затрагивает интересы населения. В сегменте розничной торговли города все большее развитие приобретает сетевая торговля – 19,0% (от общей торговой площади). В Вологде работают порядка 36 торговых сетей. Наибольшая доля по специализации принадлежит продовольственным сетям – 56,0% (непродовольственным – 44,0%). Сложившаяся ситуация характеризуется масштабным распространением сетевого принципа создания крупных продовольственных магазинов, супермаркетов, осуществляющих продажу товаров методом самообслуживания с применением компьютерных касс и штрихового кодирования товаров. Внедрение современных технологий, форм и методов товарного обслуживания обусловило рост реализации товаров торговыми предприятиями и сокращение товарного оборота на рынках.

По количеству магазинов среди продовольственных сетей на первом месте сеть краснодарских дискаунтеров «Магнит» ЗАО «Тандер» (в городе насчитывается более 20 магазинов). Второе место занимает торгово-розничная сеть «Макси». В состав компании входят один гипермаркет «Мармелад», 11 супермаркетов «Макси» и минимаркетов «Мини». За ними следуют магазины ООО «Армез» под брендом «Лучик» (примерно 16 магазинов) и магазины ООО «Лоза» под брендом «Гурман» (около 16 магазинов).

Наряду с развитием крупных продовольственных сетей в городе Вологде продолжается формирование специализированных магазинов, представленных такими федеральными сетями как «Эльдорадо», «М-Видео», «Позитроника», «Sela», «Центрообувь», «Л'Этуаль», «Белый ветер Цифровой» «Буквоед» и др.

Среди непродовольственных сетей лидирует «Десяточка» (порядка 15 магазинов), «Черная кошка» (около 12 магазинов), и «Континент» (4 магазина). Наибольшая доля по торговой площади приходится на магазины, расположенные в торговых центрах (73,0% от общей площади), и на участников торговых сетей (18,0%).

Всего в городе функционирует 45 торговых центров, которые делятся на две категории. К первой категории относятся торговые центры, масштаб которых можно охарактеризовать как «микрорайонный», ко второй – современные форматные торговые центры: ТРЦ «Мармелад», ТЦ «Оазис», ТЦ «Форум», ТРЦ «Панорама», ТЦ «Остров» и т.д. В сентябре 2011 года на Окружном шоссе открыл свои двери торгово-развлекательный центр «РИО» (компания «Ташир»). На сегодняшний день торговые площади, расположенные в торговых центрах современного формата составляют 25,0% от общего числа торговых площадей или 146 кв.м. на 1000 человек (продовольственная группа товаров). Стратегией развития торговли Российской Федерации определен ориентир обеспеченности современными форматами торговли к 2020 году в 60-80,0% или 300 кв.м. на 1000 человек (продовольственная группа товаров).

В среднем в Вологде приходится 1,32 квадратных метра торговых площадей в расчете на 1 жителя, что на 32,0% выше общеевропейского стандарта (1000 кв. м на 1 тыс. жителей) и почти в 3 раза выше норматива по постановлению Правительства Вологодской области №1447 от 13.12.2010 «О нормативах минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов Вологодской области».

Превышение норматива достигнуто в основном за счет увеличения площади непродовольственных магазинов. Наличие достаточного количества торговых площадей разнообразных форматов обеспечивает пешеходную доступность товаров для населения, то есть возможность приобрести товар, затратив разумное время и другие ресурсы на получение доступа к нему.

Изменения в розничной торговле сегодня позволяют прогнозировать, что в недалеком будущем:

– появятся крупные торговые комплексы с централизованными складами, компьютерными системами в каждом магазине и средствами автоматической передачи запросов на доставку товаров с центрального склада во все магазины;

– более продуманным станет размещение в магазинах быстро меняющегося ассортимента товаров, максимум торговых площадей будет предоставлен ходовым товарам, в результате чего сократятся издержки обращения;

– сократится численность и одновременно произойдет укрупнение магазинов;

– функции управления будут выполнять высококвалифицированные руководители, работающие только с высококвалифицированными представителями фирм-производителей в высокопрофессиональной маркетинговой среде;

– повсеместно распространятся автоматизированная система считывания штрихового кода и система анализа прямой прибыльности товара.

Магистральными составляющими процесса технологической модернизации торговли станут электронизация, медиатизация, компьютеризация и применение Internet (рис. 1) [10].

Модернизация отечественной сферы товарного обращения испытывает влияние международных систем торговли. Она должна завершить механизацию и автоматизацию торговых процессов: применение автоматизированных торговых комплексов, оборудование современными типами контейнерных установок и средствами малой механизации для транспортировки и складирования; создание технических комплексов локальных сетей и единой информационной компьютерной системы оптовой и розничной торговли в регионах.

Одним из важных факторов ускорения процесса реализации товаров и обслуживания покупателей является автоматизация контрольно-кассовых операций на основе современных высокопроизводительной электронной контрольно-кассовой техники, позволяющей вести не только расчеты с покупателями, изучать покупательский спрос, учитывать число покупателей, но и обрабатывать магнитные и микропроцессорные карты, а также собственные дисконтные карты. Этим требованиям отвечают POS-терминалы, оснащенные компьютерами со специальным периферийным оборудованием: сканером штрих-кодов, принтером чеков, кассовой клавиатурой, считывателем магнитных карточек, замком под ключ доступа, дисплеями покупателя и кассира. Если эта система интегрирована с оборудованием «price-checker», она позволяет покупателю самостоятельно сканировать все «товары в корзине», видеть их общую цену, открыто и самостоятельно оплачивать покупки без помощи кассира.

Широкомасштабное использование в сфере товарного обращения новейших информационных технологий, прежде

Рис. 1. Направления развития технологического фактора сферы товарного обращения

всего информационных телекоммуникационных, и глобальной сети Internet позволит существенно сократить трансакционные издержки.

Современной тенденцией развития продовольственной торговли является универсализация магазинов, непродовольственной – увеличение специализированных и узкоспециализированных магазинов. Постоянное развитие и обновление розничной торговой сети, совершенствование ее структуры требуют рационального, приближенного к населению размещения предприятий торговли, обеспечивающего высокую эффективность капитальных вложений.

Задачи, стоящие перед розничной торговлей на современном этапе, заключаются как в росте товарооборота, так и в повышении уровня обслуживания покупателей, на основе дальнейшего более упорядоченного развития розничной торговой и складской сети всех форм собственности и ведомственной принадлежности. Без достаточной сети современных магазинов, холодильников, складов, транспортных средств невозможно дальнейшее развитие товарооборота.

Одним из направлений развития розничной торговли является расширение фирменной торговли. Фирменные магазины – одна из самых быстрорастущих форм магазинной торговли. Для производителей продажа в фирменных магазинах, даже по сниженным ценам, часто оказывается более прибыльной, чем обычный сбыт.

Еще один вариант развития розничной торговли – франчайзинг. Сейчас многие крупные компании заключили договоры франчайзинга в регионах. Для небольших предприятий розничной торговли франчайзинг – это и постоянство поставок, и раскрученная узнаваемая торговая марка, и готовые маркетинговые разработки, хотя при этом предприятие не теряет самостоятельности.

Общим для всех условием является поддержание единого сетевого стиля и оборудования, сопоставимого уровня цен и включения в ассортимент обязательного перечня товаров.

Основные изменения в розничной торговле связаны с изменениями потребителей, с их взглядами, вкусами; изменениями в демографическом плане (население стареет, повышается уровень образования – поэтому необходимы специфические товары и формы розничной торговли); увеличением доли работающих женщин, а значит, увеличиваются доходы в семье, сокращается свободное время и уменьшается время на совершение покупок – поэтому наблюдается тенденция открытия небольших магазинов в центральных деловых районах с удобным расположением; изменением времени работы магазинов (дольше работать по вечерам), что позволит больше привлекать работников на неполный рабочий день; широким использованием Интернета, что влечет за собой приобретение дополнительных знаний и опыта в этой сфере; развитием мобильной коммерции – операторы сотовой связи открывают собственные порталы, которые позволяют установить тесный контакт между пользователем и оператором и могут быть использованы в целях розничной торговли; развитием виртуальных банковских услуг (телебанкинг – банковские услуги по телефону); увеличением популярности розничного кредитования, в связи с чем получили распространение кредитные карточки; новыми тенденциями в информационных технологиях (экспертные системы, робототехнические системы), кассовые аппараты превратятся в точки обслуживания, сенсорная технология позволит клиентам самостоятельно осуществлять платежи.

Согласно некоторым прогнозам, в скором времени будут широко использоваться интерактивные модули или киоски, где клиенту будет предоставлено изображение продукта, принят заказ, приняты платежи с помощью кредитных карточек и распечатан чек. Преимущества мобильной коммерции: представляет портативную систему, которая всегда остается с пользователем; является персональной системой, поскольку пользователь выбирает и использует ее самостоятельно; телефонная компания знает своего пользователя; мобильный телефон обычно находится в режиме постоянной работы

и это позволяет отправлять на этот телефон различные предложения и информацию.

Таким образом, являясь одним из индикаторов экономики, потребительский рынок обеспечивает необходимую структурную сбалансированность производства, доходов и конечного спроса потребителей.

В условиях рыночной экономики господствующими являются товарно-денежные отношения. Поэтому практически каждый продукт труда, произведенный на предприятиях, обязательно продается и покупается, т.е. проходит стадию обмена. Продавцы и покупатели товара заключают сделки купли-продажи, осуществляют сбыт и закупки товаров, оказывают посреднические и другие услуги.

Коммерция как разновидность человеческой деятельности у большинства из нас ассоциируется с торговлей. Это совершенно естественно, так как происходит данный термин от латинского commercium (торговля). Однако такое толкование коммерции является слишком узким и явно недостаточным для выяснения понятия и сущности коммерческой деятельности.

Коммерческая деятельность представляет собой часть предпринимательской деятельности на товарном рынке и отличается от нее по большому счету лишь тем, что не охватывает сам процесс изготовления товара или оказания услуги. В широком смысле любая организация, предлагающая на рынок продукты труда своих работников, а, значит, участвующая в процессе обмена, может быть отнесена к категории субъектов продажи. Важно учитывать, что, если данный субъект предполагает получение доходов от продажи (сбыта) товаров или оказания услуг, превышающих по размеру затраты на их создание, то его деятельность принято квалифицировать как коммерческую. Аналогичным образом формируется и представление о деятельности по приобретению сырья, материалов и изделий для производства товаров и оказания услуг.

Предприниматель всегда стремится приобретать ресурсы и пользоваться услугами в соответствии со своими собственными коммерческими интересами. Задача, которую ставит перед ним рынок, сводится к необходимости создать качественный товар и выгодно его реализовать. Поэтому материально-техническое снабжение (закупки и т.п.), как одно из основных условий создания товара, следует полностью отнести к коммерческой деятельности и рассматривать в качестве ее важнейшего элемента.

Толкование термина «коммерческий» имеет, прежде всего, практическое значение, так как организация работы коммерческих служб предполагает учет множества специфических особенностей, начиная с экономических основ и заканчивая структурой документооборота. Особым образом производится профессиональная подготовка коммерческих работников. Помимо традиционных знаний в области экономики и управления, коммерсант должен обладать рядом специфических навыков в области делового общения и переговоров, уметь принимать нестандартные решения по выявлению высокорентабельных сфер приложения труда.

Профессиональная деятельность коммерсанта осуществляется в сфере производства и товарного обращения и направлена на обеспечение функционирования предприятий всех организационно-правовых форм в целях рациональной организации коммерческой деятельности с учетом отраслевой, региональной и номенклатурной специфики предприятия. Коммерсант должен на основе профессиональных знаний обеспечить эффективную коммерческую деятельность и тем самым способствовать решению важной социально-экономической задачи – удовлетворению потребностей покупателей.

Объектами профессиональной деятельности коммерсанта являются материальные товары и нематериальные блага и услуги, подлежащие купле-продаже или обмену в сфере обращения [5]. Основным видом коммерческой деятельности является торговля. *Розничная торговля* – это товарообменный процесс, направленный на удовлетворение потребностей людей путем свободной продажи товаров и услуг, представляющих для них ценность. Стратегическим направлением деятельности розничных торговых организаций является применение торгового маркетинга, связанного с услугами по предложению (представлению) товара.

Услуги розничной торговли – результат непосредственного взаимодействия продавца и покупателя, а также собственная деятельность продавца по удовлетворению потребностей покупателя в приобретении товаров для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, по договору купли-продажи.

Классификационным признаком услуг является характер удовлетворяемых ими потребностей. В зависимости от этого услуги торговли подразделяются на основные и дополнительные. *Основная услуга торговли* – реализация товаров. В связи с этим дополнительные торговые услуги подразделяются на предреализационные и послереализационные (послепродажные). Примером предреализационных услуг может быть прием и оформление предварительных заказов по телефону, оценка и прием на комиссию товаров у комитентов и т.п. К послереализационным услугам относятся: гарантированное хранение купленных товаров, доставка товаров на дом, монтаж и наладка сложно-технических товаров, работа с жалобами и претензиями и т.п. К дополнительным услугам также относятся услуги, связанные с созданием удобства, комфорта для покупателя в магазине, обеспечением безопасности имущества, наличие автостоянки и др.

Рассмотренные услуги во многом формируют комплекс маркетинга розничного торгового предприятия. С точки зрения маркетинга каждый тип торгового предприятия может успешно развиваться только в том случае, если лучше других удовлетворяет потребности целевых покупателей, т.е. осуществляет целенаправленный подбор комплекса услуг.

Таким образом, в условиях глобализационных трансформаций розничная торговля в России ориентируется на развитие торговли в странах с развитой рыночной экономикой, где широко внедряются достижения науки и техники, эффективно используются людские ресурсы, привлекаются значительные финансовые средства. Технологическая и организационная модернизация, совершенствование коммерческой деятельности в этих условиях, применение маркетингового подхода определяют высокие темпы развития розничной торговли на потребительском рынке России.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: фед. закон от 05.05.2014 N 99-ФЗ / СПС «КонсультантПлюс». – Электрон. текстовые дан. – Еженед. обновление.

2. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ // СПС «Консультант Плюс». – Электрон. текстовые данн. – Еженед. обновление.

3. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс». – Электрон. текстовые данн. – Еженед. обновление.

4. ГОСТ Р 51304-2009 Услуги торговли. Общие требования [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс» . – Электрон. текстовые данн. – Еженед. обновление.

5. Дашков Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью / Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц. – 2-е изд. – М.: «Дашков и К°», 2016.

6. Иванов М.Ю. Коммерческая деятельность / М.Ю. Иванов, М.Б. Иванова. – М.: РИОР, 2007.

7. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Текст]: учебник для вузов / Ф.Г. Панкратов. – 13-е изд., перераб. и доп. – М.: «Дашков и К°», 2013.

8. Сорокина И.Э. Торговая отрасль России: текущее состояние и перспективы / Инновационные процессы в торговле: коллективная монография (Серия «Торговля в XXI веке») / под ред. Ю.Н. Клещевского, И.А. Кудряшовой – Кемерово: ООО «Сибирская издательская группа», 2011.

9. Сорокина И.Э. Применение сетевого принципа в кооперативной торговле // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права, 2012. – №3. – С. 216-220.

10. Фетисова О.В. Модернизация сферы товарного обращения макрорегиона (потребительский сектор): автореф. дис. ... докт. экон. наук. – Волгоград: Волгоградский государственный университет, 2007.

L.P. Dashkov, Ph.D. in Economics, Professor, Russian University of Cooperation

I.E. Sorokina, Ph.D. in Economics, Professor, Vologda Institute of Business Doctoral Candidate, Russian University of Cooperation

RETAIL SERVICES: TRANSFORMATION TRENDS

Abstract: the article analyzes the impact of the global transformation processes on the development of the sphere of commodity circulation, including technological and organizational modernization, improvement of commercial activity, the application of the marketing approach. The authors convincing that retail trade is a social expression of the quality of life of the society.

Keywords: globalization, retail, retail services, commercial activities, trade marketing.

С.В. Лещев,
соискатель, к.э.н.,
«Институт исследования товародвижения и конъюнктуры оптового рынка», Россия, Москва
e-mail: ssl40@mail.ru

ФАКТОРИНГ КАК СТРАТЕГИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК

Аннотация: В статье исследованы основные отличительные особенности, преимущества и недостатки факторинговой и банковской услуги в процессе выстраивания финансово-экономических отношений между поставщиками и потребителями в цепях поставок.

Ключевые слова: Факторинг. Кредитное обслуживание. Цепи поставок

В процессе производственно-хозяйственной деятельности и, особенно в условиях кризиса и санкций некоторые производители сталкиваются с отсутствием или недостатком оборотных средств, необходимых для поддержания кнкурентоспособности цепей поставок хозяйствующих субъектов в позиционируемых сегментах рынка [4, с. 84-86].

Сложившаяся хозяйственная ситуация складывается следующим образом: товар произведен, отправлен потребителям на условиях отсрочки платежа. Это обусловлено высокой конкуренцией, и в этой связи производители вынуждены кредитовать своих покупателей, финансы замораживаются на неопределенный срок и, как следствие, создается ситуация когда нечем платить за сырье, и следовательно, производственный цикл нарушается и предприятие не может работать на полную мощность со всеми вытекающими финансово-экономическим последствиями.

Что нужно предпринять, чтобы обеспечить возможность стабилизации производства?

В этой связи исследуем возможность и объективную необходимость использования различных форм финансового обслуживания производителей [4, с. 87-89].

Это банковское кредитование и факторинговое обслуживание.

Рассмотрим характерные особенности банковского кредита:

1. В условиях кризиса и санкций и, особенно в основном для мелких и средних хозяйствующих субъектов многие банки боятся и не рискуют предоставлять кредит, или пользуясь отсутствием надлежащей правовой базы, предоставляют кредит на кабальных условиях для производителя.

2. Также в условиях нестабильности в экономике, финансовой неустойчивости, высокого уровня инфляции в сознании многих руководителей хозяйствующих субъектов живет опасение перед возможным попаданием в зависимость от банка и, как следствие, потери контроля над предприятием.

Для факторинга присущи следующие особенности:

1. Данный вид кредитования для российских предпринимателей сравнительно нов, хотя за рубежом он успешно используется уже более 25 лет.

В Россию же он начал применяться достаточно поздно. В рыночных отношениях процветал «черный нал», что для факторинга не свойственно. Данная услуга может успешно функционировать и формировать конкурентоспособные цепи поставок только в условиях прозрачных и долговременных договорных отношений между производителями и покупателями [5, с. 102-104].

Основное преимущество факторинговой операции от традиционного банковского кредита состоит в кредитовании каждой конкретной цепи поставок и не требует наличия кредитной истории перед банком, что и позволяет заключить договор о факторинговом обслуживании в принципе каждому предприятию.

Заметим, что факторинг – это операция, в соответствии с которой Субъект рынка (Банк) осуществляет финансирование Продавца под уступку денежных требований на условиях и в порядке, определенными договором и Дополнительными соглашениями к нему, а также может оказывать Продавцу другие услуги, а именно:

– учет текущего состояния денежных требований к Дебиторам и контроль за своевременной оплатой (административное управление дебиторской задолженностью);

– финансовые услуги, связанные с денежными требованиями, ставшими предметом уступки. При этом Продавец для получения финансирования уступает Субъекту рынка денежные требования, вытекающие из предоставления Продавцом товаров, выполнения им работ или оказания услуг третьим лицам (Дебиторам).

Финансирование – предоставление Субъектом рынка Продавцу денежных средств в счет денежных требований Продавца к Дебиторам [5, с. 105-107].

Финансирование осуществляется в порядке и на условиях, предусмотренных Договорными отношениями и Дополнительными Соглашениями к нему.

В сложившейся рыночной конъюнктуре на позиционируемом сегменте рынка факторинговая услуга является той услугой, которая наиболее полно удовлетворяет потребность Поставщика товаров и услуг в оборотных средствах.

Поэтому многие зарубежные компании с мировой известностью используют факторинговое обслуживание в качестве основного инструмента для своего развития. При этом схема работы довольно проста. Сразу после получения документов по поставке, произведенной с отсрочкой платежа, Банк выплачивает Поставщику от 60% до 80% от суммы поставленного товара или оказанной услуги. Покупатель оплачивает поставку на специальный транзитный счет Банка. Банк погашает выплаченное Поставщику финансирование, удерживает комиссию, а остаток платежа перечисляет на расчетный счет Поставщика [4, с. 87-88].

В этой связи, для Поставщика факторинг выгодно отличается от кредита. При факторинговом обслуживании не требуется обеспечение и оформление множества документов. При этом необходимо лишь уведомить Покупателей об изменении реквизитов для оплаты поставок. Кредит предусматривает его возврат Поставщиком в определенный срок, а для этого порой необходимо прилагать серьезные усилия по аккумулированию денежных средств. Факторинг подразумевает погашение финансирования средствами, поступающими от Покупателей, что означает отвлечение средств на реальный срок товарного кредита. Поставщик получает деньги в необходимом количестве и на необходимый срок. Кроме того, погаше-

Таблица 1. Особенности факторингового и кредитного обслуживания

Кредит	Факторинг
Кредит выдается на заранее обусловленную сумму	Размер фактического финансирования неограничен и может безгранично увеличиваться по мере роста объема продаж клиента
Кредит возвращается Банку заемщиком	Факторинговое финансирование погашается из денег, выплачиваемых дебиторами клиента
Кредит выдается на фиксированный срок	Факторинговое финансирование выплачивается на срок фактической отсрочки платежа
Кредит выплачивается в обусловленный кредитным договором день	Факторинговое финансирование выплачивается в день поставки товара
Кредит, как правило, выдается под залог	Для факторингового финансирования никакого обеспечения не требуется
Кредит погашается в заранее обусловленный день	Факторинговое финансирование погашается в день фактической оплаты дебитором поставленного товара
Для получения кредита необходимо оформлять огромное количество документов.	Факторинговое финансироване выплачивается автоматически при предоставлении накладной и счета-фактуры
Погашение кредита не гарантирует получение нового	Факторинговое финансирование продолжается бессрочно
Затраты на уплату процентов по банковскому кредиту относятся на себестоимость в пределах ставки рефинансирования ЦБ РФ +3%	Факторинговая комиссия полностью относится на себестоимость

ние кредита не гарантирует получение нового, а факторинговое обслуживание носит непрерывный характер.

Кроме того сотрудники Банка сопровождают факторинговое финансирование управлением дебиторской задолженностью, что позволяет Поставщику сократить затраты на работу в части контроля сроков оплаты поставок, напоминаний Покупателям об оплате, анализа отчетности и т.д. За каждым Поставщиком закреплен персональный менеджер. Кроме того, Поставщик имеет возможность сам следить за финансированием/ платежами Покупателей, состоянием просроченной задолженности и др. с помощью программной системы слежения за состоянием поставок, которую Банк устанавливает Поставщику бесплатно [4, с. 89].

Таким образом, факторинговое обслуживание является комплексной услугой, позволяющей Поставщику сосредоточить свое внимание на основной деятельности, не отвлекаясь на проблемы, связанные с нехваткой денежных средств.

Факторинг – это комплекс финансовых услуг, оказываемых Банком клиенту в обмен на уступку дебиторской задолженности. Эти услуги включают:

• финансирование поставок товаров;

• учет состояния дебиторской задолженности и регулярное предоставление соответствующих отчетов клиенту;

• контроль за своевременностью оплаты и работа с дебиторами.

Проанализируем, в чем же преимущество финансирование товаров в цепях поставок при факторинговом обслуживании. Финансирование поставок товаров при факторинге предусматривает, что немедленно после поставки продавцу Банк выплачивает в качестве финансирования значительную часть суммы поставки. В различных странах мира размер досрочного платежа составляет от 50% до 90% от суммы поставки.

Остаток (сумма поставки минус сумма финансирования минус комиссия Банка) выплачивается продавцу в день поступления денег от дебитора.

Следует отметить, в ходе обслуживания может быть профинансирована поставка на любую, даже самую незначительную сумму.

Поскольку факторинг является долгосрочной программой финансирования оборотного капитала, договор факторингового обслуживания заключается на неопределенный срок и будет действовать сколь угодно долго, пока обе стороны удовлетворены взаимным сотрудничеством. В таблице 1 приведена сравнительная характеристика факторингового и кредитного обслуживания клиентов.

Из таблицы видно, что при кредитовании помимо перечисления денег Банк не оказывает заемщику никаких услуг.

Факторинговое финансирование сопровождается управлением дебиторской задолженностью.

В результате проведенного анализа возникает вопрос, а не приведет ли факторинговое обслуживание к ухудшению отношений клиента с покупателем.

Исходя из того, что факторинговая комиссия представляет собой фиксированный процент от оборота клиента, то потеря клиентом любого из дебиторов приведет к убыткам Банка. Исходя из этого Банк никогда не предпринимает каких-либо действий, могущих спровоцировать конфликт между клиентом и его дебитором без согласования с клиентом. Логично предположить, что Факторинг не нужен компании, которая не хочет или не может обеспечить рост продаж своих товаров, иначезначительные оборотные средства, которые обеспечивает ей факторинг не находят достойного применения.

В случае, если же компания решила воспользоваться факторинговым обслуживанием, то наилучшим решением является использование полученных дополнительных средств для целей расширения продаж. Если объем продаж клиента вырастает, то это немедленно приводит к новому росту объема финансирования со стороны Банка в рамках факторингового обслуживания [4, с. 90].

Следует отметить, что факторинговое обслуживание не распространяется на поставки филиалам, дочерним компаниям и зависимым обществам.

Заметим также, что факторинговое обслуживание начинается с регрессного факторинга, когда в случае задержки платежа дебитором сверх срока отсрочки плюс некоторое количество дней, за него платит поставщик. По мере накопления кредитной истории дебитора, Банк может обслуживать часть уступаемой задолженности, или всю уступаемую задолженность без регресса, в этом случае поставщик не обязан платить за дебитора при любых задержках.

Стоит отметить, что комиссия при безрегрессном факторинге несколько выше, чем при регрессном (размер определяется индивидуально на основании кредитной истории).

Схема работы довольно проста и широко применяется на практике [5, с. 108]. Сразу после получения документов по по-

ставке, произведенной с отсрочкой платежа, Банк выплачивает поставщику от 60% до 85% от суммы поставленного товара и оказанной услуги. Покупатель оплачивает поставку на специальный транзитный счет Банка. Банк погашает выплаченное Поставщику финансирование, удерживает комиссию, а остаток платежа перечисляет на расчетный счет Поставщика. В среднем комиссия составляет 1,5% – 3% за обработку каждой счет фактуры (поставки). Кроме того в цену комиссии входит управление дебиторской задолженностью, что позволяет Поставщику сократить затраты на работу в части контроля сроков оплаты поставок, напоминанием Покупателей об оплате, анализа отчетности и т.п. Также Поставщик может самостоятельно следить за финансированием, платежами Покупателей, состоянием просроченной задолженности с помощью программной системы слежения за состоянием поставок, которую Банк устанавливает Поставщику бесплатно.

Финансовые риски, имеющие место в процессе реализации факторинговой схемы в данной статье не рассматриваются.

Вывод: При факторинговом обслуживании, производитель имеет возможность существенно увеличить объем поставок, без привлечения оборотных средств со стороны. И, несмотря на увеличение цены в среднем на 3%, продукция все равно остается конкурентоспособной за счет предоставления Покупателю более глубокой отсрочки платежа (30-60 дней), что намного больше, чем у других производителей и этов значительной мере повышает конкурентоспособность хозяйствующего субъекта.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Дашков Л.П., Голов Р.С. Смирнов В.Г., Плеханова В.С. Концептуальные основы определения параметров и зон инноваций в инвестиционных процессах промышленного предприятия. / Экономика и управление в машиностроении (Научно-теоретический журнал, включенный в перечень ВАК) – 2014, – № 4, с.32-36

2. Дашков Л.П., Сорокина И.Э. Повышение конкурентоспособности кооперативных организаций в условиях глобальных вызовов. В книге «Инновации в научных исследованиях современного общества. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 125-летию А.В. Чаянова». – Ярославль-Москва: Издательство «Канцлер», – 2013, с.93-98.

3. Дональд Дж.. Бауэрсокс, Давид Дж. Клосс Логистика. Интегрированная цепь поставок. «Олимп-Бизнес»: Москва . 2005г

4. Моргунов В.И. Корпоративная маркетинго-логистическая стратегия бизнеса в условиях диверсификации российской экономики: Монография / В. И. Моргунов ; Информ.-внедренческий центр «Маркетинг». Москва, 2007.-263 с.

5. Моргунов В.И. Джабраилов А.Э., Маркетинг. Логистика. Транспортно-складские логистические комплексы.-М.: Издательско-торговая корп. «Дашков и К», 2010.-388с

6. Моргунов В.И., Ларионов Г.В.. Конкурентоспособность менеджмента на основе современных форм и методов управления предприятиями.-М.: Издательско-торговая корп. «Дашков и К», 2014.– 160с.

7. Моргунов В.И., Максимова Ю.А., Конкурентоспособность компаний в сфере транспортно-логистических услуг: Научное издание. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2010-3,4 п.л.

8. Романенкова О.Н. Организация информационных потоков в управлении логистикой на автомобильном транспорте // Международный научно-практический журнал « Экономика. Налоги. Право». – М.: Изд. Финуниверситета, №5. – 2014, с.56-61.

9. Управление цепями поставок. Перевод с пятого английского издания Под редакцией Дж. Гатторны. Научный редактор издания на русском языке д.э.н., профессор Сергеев В.И.., М.: Изд. «Инфра-М», 2008 г.

10. Шаркова А.В. Мировой опыт функционирования финансовой инфраструктуры поддержки инновационного предпринимательства. Предпринимательство. 2010.№ 6, с.101-107.

Leshchev Sergei Vladimirovich

FACTORING, AS FACTOR OF INCREASE TO THE COMPETITIVENESS CHAINS OF DELIVERIES

Annotation: In the article basic distinctive features, advantages and lacks of факторинговой and bank service, are investigational in the process of lining up финансово-экономических relations between suppliers and consumers in the chains of deliveries.

Keywords: Factoring. Credit service. Chains of deliverie

Л.П. Ивлева,
к.т.н., старший научный сотрудник ФГУП «Организация «Агат»,
магистрант кафедры «Экономика космической деятельности» РУДН;
Е.А. Кангезова,
главный специалист ФГУП «Организация «Агат»,
магистрант кафедры «Экономика космической деятельности» РУДН

УЧЕТ И ОЦЕНКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: в статье рассмотрены вопросы учета и оценки интеллектуальной собственности при проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий в частности ракетно-космической орасли. Разработан метод оценки, учитывающий специфику создания ОИС, посредством рассчета коэффициентов.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, анализ финансово-хозяйственной деятельности, нематериальный актив, оценка

В настоящее время в условиях экономических санкций главной целью государственной политики в наукоемких отраслях является осуществление целенаправленного реформирования, создание условий для обеспечения устойчивого развития, производства конкурентоспособной на внутреннем и внешнем рынках высокотехнологичной продукции. В сложившейся ситуации резко возрастает значимость анализа финансово-хозяйственной деятельности (АФХД), который позволяет определить истинное имущественное и финансовое положение организации, перспективы развития и выработки стратегии предприятия. Успешность деятельности организации во многом зависит от ее инновационного уровня и изобретательской активности: в современной экономике роль нематериальных активов предпритияй с каждым годом повышается. Интеллектуальный капитал и интеллектуальная собственность, как его часть, становятся активами предприятия и активно участвуют в его финаносо-хозяественной деятельности.

Комплексная оценка финансово-хозяйственной деятельности позволяет определить устойчивость и динамичность экономического роста предприятия, эффективность использования экономического потенциала, репутацию и положение предприятия среди конкурентов на рынке, перспективы развития с учетом возможных рисков и финансовых затруднений, социальную значимость предприятия, а также его рейтинг среди других предприятий. Таким образом АФХД предприятия является важным инструменом принятия решений на микроэкономическом уровне, т.е. на уровне субъектов хозяйствования.

АФХД проводится не только на основании стоимостных данных бухгалтерского учета, но и данных оперативного и статистического учета в различных единицах измерения. В перечень разделов финансово-экономического анализа входят:

– анализ платежеспособности и ликвидности;

– анализ прибыли и рентабельности;

– анализ кредитоспособности заемщика;

– факторный анализ прибыли, себестоимости и т.д.;

– анализ структуры и динамики затрат предприятия и себестоимости услуг;

– анализ структуры активов и степени их использования [1].

Интеллектуальная собственность, учтенная в форме нематериальных активов (НМА) расматривается в анализе структуры активов и степени их использования. Он является частью анализа имущественного положения предприятия, врезультате которого прослеживается структура и динамика состояния активов предприятия в анализируемом периоде.

Активы предприятия можно разделить по функционированым признакам на имеющие материально-вещественную форму – материальные активы и нематериальные – не имеющие материально-вещественной формы, но принимающие участи в хозяйственной деятельности и приносящие прибыль. Также выделяют финансовые активы.

Согласно ПБУ 14/2007 к нематериальным активам относятся: (произведения науки, литературы и искусства, программы для электронных вычислительных машин, изобретения, полезные модели, селекционные достижения, секреты производства (ноу-хау), товарные знаки и знаки обслуживания, деловая репутация) [2].

Для ракетно-космической промышленности (РКО) в условиях высокого бюджетного финансирования (около 80 %) [3], вопросы, связанные с получением конкурентных преимуществ, выходят на первый план, особенно в условиях акционирования организаций отрасли и создания госкорпорации «Роскосмос».

Космическая отрасль России является одной из базовых в экономике страны и характеризуется наукоемкими и высокотехнологичными производствами, продукцией и услугами. Исторически она обладает огромным инновационным потенциалом, раскрытие и развитие которого должным образом может оказать существенное влияние на развитие экономики России в целом.

Учитывая высокую наукоемкость предприятий РКО имеется ограмное количество интелектуальной собственности, управление которой является одной из возможностей получения дополнительных комерческих выгод.

Интеллектуальная собственность (ИС) является нематериальным активом предприятия, и в ряде случаев может существенно влиять на его финансовые показатели, входя в уставной капитал, давая амортизационные отчисления и прибыль как от продажи ее третьим лицам (другим фирмам), так и от заключения лицензионных договоров или же использования

[1] Финансовый менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления/ Н.В. Колчина, О.В. Португалова, Е.Ю. Макеева; под ред. Н.В. Колчиной. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 464 с.

[2] Приказ Минфина РФ от 27.12.2007 N 153н (ред. от 24.12.2010) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 23.01.2008 N 10975)

[3] Муракаев И.М., Бочкарев К.М. Обеспечение координации инновационно-технологического развития ракетно-космической промышленности со стороны государства как фактор экономического прогресса российской экономики. / XIII Международная научная конференция «Модернизация России: ключевые проблемы и решения», 20-21 декабря 2012 года. Москва/ . – [Электронный ресур]. Режим доступа: http://www.gosbook.ru/document/76131/76167/preview

в собственном производстве с целью усовершенствования и удорожания выпускаемых товаров и оказываемых услуг. Стоит отметить, что наличие ИС является плюсом при формировании положительной деловой репутации и позволяет принимать участие в конкурсах на выполнение государственных и частных заказов.

Однако неоцененная ИС не может быть предметом сделок, она не капитализируема (капитализация – это процесс превращения ИС в нематериальные активы) и ее использование не может уменьшить стоимость вновь создаваемых разработок.

Капитализация ИС, заключается в отражении на балансе оптимального объема НМА по адекватной текущей стоимости. Стоит отметить, что неотражение активов и/или занижение их стоимости может привести к штрафу, выявление несоответствия между обладанием организацией ИС и ее постановкой на баланс происходит при проведении инвентаризации. В РКО не отлажен механизм своевременного учета ИС в качестве НМА и постановки ее на баланс, что объясняется отсутствием соответствующих нормативных документов, описывающих порядок и методы оценки ИС с учетом специфики отрасли.

Отметим, что методика оценки не может быть единой. Она должна определять лишь общую концепцию, на базе которой следует разрабатывать целевые подходы к установлению стоимости конкретного объекта.

Недавно утвержден Федеральный стандарта оценки «Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности» (ФСО № 11) приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 22.06.2015 № 385. Этот стандарт разработан с учетом международного опыта оценки и федеральных стандартов оценки «Общие понятия оценки, подходы и требования к проведению оценки (ФСО № 1)», «Цель оценки и виды стоимости (ФСО № 2)», «Требования к отчету об оценке (ФСО № 3)» и определяет требования к проведению оценки нематериальных активов и интеллектуальной собственности [1]. Помимо утвержденного стандарта в процессе оценки ИС можно руководствоваться ресурсом www.finans.su, на котором размещены стандарты серии «Интеллектуальная собственность и инновации» [2].

Сложность оценки ИС сопряжена, в первую очередь, с трудностями количественного определения результатов коммерческого использования данного объекта, находящегося на той или иной стадии разработки, промышленного освоения или использования, в силу влияния многих, часто разнонаправленных по своему воздействию факторов. На практике, из 100 охраняемых объектов патентного и авторского права лишь 10 позволяют восполнить затраты на их разработку и всиволищ 2-3 при их коммерческом использовании действительно оказываются ценными и приносят высокие прибыли. Остальные охраняемые объекты промышленной собственности – убыточные [3].

Экономическое понятие стоимости ИС выражает ту выгоду, которую имеет правообладатель данной ИС на момент ее оценки. В зависимости от вида стоимость может сильно отличаться. Для практической оценки стоимости ИС применимы затратный, доходный и рыночный подходы, обычно используемые в оценке других видов активов [4]. Но только применение этих методов вкупе позволяет оценить объект всесторонне и получить адекватное значение его стоимости. Отметим, что в РКП при постановке на баланс в качестве НМА стоимость ИС рассчитывают в основном затратным методом, причем учитывая только оплату труда сотрудников патентного отдела (если такой имеется) и пошлины, уплачиваемые при подаче заявок на государственную регистрацию ИС.

Формирование политики в отношении использования выявленных интеллектуальных ресурсов является коммерчески выгодным направлением для инновационных предприятий, ведущим к повышению эффективности использования НМА. Для формирования данного рода политики необходимо регулярно проводить анализ фондоотдачи и доходности, ликвидности нематериальных активов, динамики и объема НМА, их состояния и структуры по видам, срокам полезного использования, по степени правовой защищенности.

Информационной базой для анализа НМА служат формы бухгалтерской отчетности предприятия: форма № 1 «Бухгалтерский баланс»[5], № 2 «Отчет о прибылях и убытках»[6], № 3 «Отчет об изменениях капитала»[7], № 4 «Отчет о движении денежных средств»[8] и форма № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу»[9].

Анализ НМА начинается с оценки их динамики в разрезе классификационных групп, так как они неоднородны по своему составу, характеру использования в процессе производства, по степени влияния на финансовые результаты и результаты хозяйственной деятельности.

Оценка и анализ НМА осуществляется по ряду категорий, таких как вид, степень ликвидности и риска вложений капитала в НМА, направление выбытия, степень престижности, источники поступлений, сроки полезного использования и степень использования в производстве и реализации продукции. Для формирования картины создания, приобретения и использования ИС анализируется структура и динамика НМА.

Отметим, что НМА при оценке ликвидности имущества предприятия принято относить к низколиквидным, так как реализовать их намного труднее, чем основные средства и оборотные активы. Однако создание ИС и ее своевременный учет в виде НМА является долгосрочными инвестициями, способными приносить прибыль в течении срока своего полезного использования. НМА числятся на балансе предприятия

---

[1] Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 22.06.2015 № 385 2Об утверждении Федерального стандарта оценки «Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности». [Электронный ресур]. – Режим доступа: https://www.referent.ru/1/254598

[2] Зорина Ю.Г., Павлов В.Ю., Парвулюсов Ю.Ю., Фокин Г.В. Интеллектуальные активы: закрепление прав на интеллектуальную собственность http://www.proatom.ru/modules.php?name=News&file=print&sid=5936

[3] Оценка объекта интеллектуальной собственности на примере оценки рыночной стоимости изобретения. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.macro-econom.ru/economs-3544-5.html

[4] Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / Козырев А.Н., Макаров В.Л. – М.: Интерреклама, 2003. – 352 с.

[5] Бухгалтерский баланс (форма 1) (ОКУД 0710001) утвержден Приказ Минфина РФ от 2 июля 2010 г. № 66н (ред. от 04.12.2012) [Электронный ресурс]. -Режим доступа: Консультант Плюс

[6] Отчет о прибылях и убытках (форма 2, ОКУД 0710002) – отчет о финансовых результатах утверждена Приказом Минфина РФ от 2 июля 2010 г. № 66н (ред. от 04.12.2012)) [Электронный ресурс]. -Режим доступа: Консультант Плюс

[7] Отчет об изменениях капитала (форма 3) (ОКУД 0710003) утверждена Приказом Минфина РФ от 2 июля 2010 г. № 66н (ред. от 04.12.2012)) [Электронный ресурс]. -Режим доступа: Консультант Плюс

[8] Отчет о движении денежных средств (форма 4) (ОКУД 0710004) утвержден Приказом Минфина РФ от 2 июля 2010 г. № 66н (ред. от 04.12.2012)) [Электронный ресурс]. -Режим доступа: Консультант Плюс

[9] Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 13 января 2000 г. N 4н “О формах бухгалтерской отчетности организаций”) [Электронный ресурс]. -Режим доступа: Консультант Плюс

до тех пор, пока они приносят доход. В течение расчетного срока действия НМА их необходимо амортизировать. Затраты в НМА окупаются за счет дополнительной выручки, которую получает предприятие в результате их применения в своей хозяйственной деятельности. Стоимость НМА включает расходы по их приобретению и доведению до состояния, когда они могут быть использованы с выгодой для предприятия.

По мнению авторов, при анализе НМА заслуживает внимания подход А.Р. Кропа, разработавшего метод «плавающих коэффициентов», сделавшего допущение о том, что результаты оценки разными методами могут быть приняты за одинаковые, что позволило ему получить следующие выражения для ряда величин, ранее определявшихся экспертно [1]:

$$K_{др} = (Пр_1 – Пр_0)/Пр_0; \quad K_{нов} = (Т – Т_{исп})/Т;$$

$$K_{сложн} =[З(П_{р1} – З)/П_{р1}] \times [(100+Р)/100] \times r \times А \times [Т/(Т – Т_{исп})]^2,$$

где $K_{др}$ – коэффициент достижения результата; $K_{нов}$ – коэффициент новизны; $K_{сложн}$ – коэффициент сложности решённой задачи; $П_{р0}$ – прибыль полученная до использования оцениваемого ИС; $П_{р1}$ – прибыль, полученная в результате реализации продукции, которая создается с использованием данного ИС; Т – формальный срок патента (максимально возможный срок использования ИС и пр.); $Т_{исп}$ – фактический срок использования ИС; З – суммарные затраты на разработку ИС; Р – рентабельность; А – роялти; r – коэффициент распределения вероятности рисков от уровня внедрения лицензионной технологии.

Стоимость ИС в работе Р.А. Кропа «Модель и алгоритм оценки объекта интеллектуальной собственности методом “плавающих коэффициентов”» будет [2]:

$$С=ПРД_{сум} K_{др} K_{нов} K_{сложн} \quad (1)$$

где $ПРД_{сум}$ – сумарный дисконтированный поток прибыли при использовании ОИС.

Оценку ИС предлагается проводить по аналогии с описанной выше. Однако добавив в формулу (1) коэффициент $K_{сп_ниокр}$, учитывающий воволеченность ИС в другие разработки ($K_{уч}$) и перспективность направления в целом ($K_{пв}$), а также создание ИС при выполнении бюджетных ($K_{бр}$) или инициативных НИОКР ($K_{ир}$). Необходим учет стоимостей, рассчитанных по разным методам. В стомость необходимо включать затраты на ведение учета ИС и размещение информации о ней на площадках в сети Интернет. Помимо потока предполагаемой прибыли необходимо учесть экономию средств на использование созданой интелллектуалной собствености в качестве основы для будущих разработок, поскольку в применение созданных новаций в последующих разработках удешевляет их с одной стороны, а с другой стороны позволяет учесть часть будущей прибыли от следующей разработки в цене предыдущей (затраты на последующие разработкиибудут меньше и их стоимость, рассчитанная затратным методом, тоже уменьшится).

Предлагается в формулу (1) ввести коэффициент, учитывающий специфику создания ОИС, являющийся функциональной зависимостью:

$$K_{сп_ниокр} = f (K_{уч}, K_{пв}, K_{ир}, K_{бр}) \quad (2)$$

Тогда в формулу (1) поставив (2) рассчет стоимости можно провести по следующей формуле:

$$С^*=ПРД_{сум} K_{др} K_{нов} K_{сложн} K_{сп_ниокр} \quad (3)$$

С развитием рыночной экономики НМА приобрели большое значение, в частности для организаций высокотехнологичных отраслей промышленности. РКО не является исключением. Но отсутствие единых адаптированных под отрасль методик оценки затрудняет использование этого актива. Неоцененая ИС не может быть капитализирована.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что НМА являются фактором повышения эффективности деятельности организаций, с их помощью возможно получение дополнительного дохода, который в будущем может помочь увеличить прибыль организации.

Важен не только учет и оценка НМА, но и проведение полноценного АФХД организаций, поскольку именно он может дать объективную картину ее состояния. Проведя анализ платежеспособности и ликвидности, прибыли и рентабельности, кредитоспособности, структуры и динамики затрат и себестоимости продукции, структуры активов и степени их использования, воспользовавшись факторным анализом можно получить не только разьяснения нынешнего положения, но и выявить переспективные направления, источники роста. Для предприятий РКО ими является ИС, роль и значение которой пока недооценены в формировании нового облика отрасли и выхода организаций на этап устойчивого развития и создания конкурентной не только на региональном, но и на мировом рынке действительно инновационной продукции.

ЛИТЕРАТРА

1. Финансовый менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления/ Н.В. Колчина, О.В. Португалова, Е.Ю. Макеева; под ред. Н.В. Колчиной. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 464 с.

2. Приказ Минфина РФ от 27.12.2007 N 153н (ред. от 24.12.2010) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 23.01.2008 N 10975)

3. Муракаев И.М., Бочкарев К.М. Обеспечение координации инновационно-технологического развития ракетно-космической промышленности со стороны государства как фактор экономического прогресса российской экономики. / XIII Международная научная конференция «Модернизация России: ключевые проблемы и решения», 20-21 декабря 2012 года. Москва/ . – [Электронный ресур]. Режим доступа: http://www.gosbook.ru/document/76131/76167/preview

4. Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 22.06.2015 № 385 2Об утверждении Федерального стандарта оценки «Оценка нематериальных активов и интеллектуальной собственности». [Электронный ресур]. – Режим доступа: https://www.referent.ru/1/254598

5. Зорина Ю.Г., Павлов В.Ю., Парвулюсов Ю.Ю., Фокин Г.В. Интеллектуальные активы: закрепление прав на интеллектуальную собственность http://www.proatom.ru/modules.php? name=News&file=print&sid=5936

6. Оценка объекта интеллектуальной собственности на примере оценки рыночной стоимости изобретения. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.macro-econom.ru/economs-3544-5.html

7. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / Козырев А.Н., Макаров В.Л. – М.: Интерреклама, 2003. – 352 с.

8. Бухгалтерский баланс (форма 1) (ОКУД 0710001) утвержден Приказ Минфина РФ от 2 июля 2010 г. № 66н (ред. от 04.12.2012)) [Электронный ресурс]. -Режим доступа: Консультант Плюс

9. Отчет о прибылях и убытках (форма 2, ОКУД 0710002) – отчет о финансовых результатах утверждена Приказом Минфина РФ от 2 июля 2010 г. № 66н (ред. от 04.12.2012)) [Электронный ресурс]. -Режим доступа: Консультант Плюс

[1] Кроп Р.А. Управление инновационным потенциалом в сфере интеллектуальной собственности // Креативная экономика. — 2010. — № 6 (42). — с. 36-40. — http://www.creativeconomy.ru/articles/3602/

[2] http://ecsocman.hse.ru/data/2011/06/17/1267350886/41.pdf

10. Отчет об изменениях капитала (форма 3) (ОКУД 0710003) утверждена Приказом Минфина РФ от 2 июля 2010 г. № 66н (ред. от 04.12.2012)) [Электронный ресурс]. -Режим доступа: Консультант Плюс

11. Отчет о движении денежных средств (форма 4) (ОКУД 0710004) утвержден Приказом Минфина РФ от 2 июля 2010 г. № 66н (ред. от 04.12.2012)) [Электронный ресурс]. -Режим доступа: Консультант Плюс

12. Приказ Министерства финансов Российской Федерации от 13 января 2000 г. N 4н «О формах бухгалтерской отчетности организаций») [Электронный ресурс]. -Режим доступа: Консультант Плюс

13. Кроп Р.А. Управление инновационным потенциалом в сфере интеллектуальной собственности // Креативная экономика. — 2010. — № 6 (42). — с. 36-40. — http://www.creativeconomy.ru/articles/3602/

14. Кроп Р.А. Модель и алгоритм оценки объекта интеллектуальной собственности методом “плавающих коэффициентов”. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/data/2011/06/17/1267350886/41.pdf (дата обращения 20.02.2016).

Ivleva L.P.
Kangezova E.A.
«Agat» Organization

ACCOUNTING AND VALUATION OF INTELLECTUAL PROPERTY IN THE ANALYSIS OF FINANCIAL-ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES

Abstract: this article examines matters relating to intellectual property valuation and accounting analysis of financial-economic activities of enterprises in particular of rocket-and-space orasli. A method for evaluation of tailored creation of ITNS through the calculation of the coefficients.

Keywords: intellectual property, analysis of financial-economic activities, intangible asset, the score.

В.А. Алексунин,
кандидат экономических наук, профессор,
профессор кафедры маркетинга и рекламы
Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ);
Ю.В. Боброва,
менеджер по работе с партнерами социальной сети «Одноклассники»,
recently91@gmail.com

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НЕГАТИВНЫМ СТЕРЕОТИПАМ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ МЕТОДАМИ КОММУНИКАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. В статье анализируется негативное влияние стереотипов (мифов) на имидж социальной сети и ее привлекательность для рекламодателей. Авторы рассматривают конкретный пример решения этой проблемы методами коммуникационного менеджмента в социальной сети «Одноклассники».

Ключевые слова: социальные сети, стереотипы социальных сетей, имидж, коммуникационный менеджмент.

Современные коммуникации стали мощным инструментом управления группами людей, способным модифицировать их поведение. Наибольший эффект в этой сфере может быть достигнут при оптимальном использовании коммуникационного менеджмента, в частности его успешной работы со стереотипами компании.[1]

Стереотипы – это общепринятые правила, в соответствии с которым люди привыкли думать и действовать; например, привычки и обычаи, которые прочно укоренились в сознании и не подвергаются обсуждению. Стереотипы могут быть как позитивными, так и негативными. Негативные **стереотипы потребителей** – это, как правило, общепринятые укоренившиеся предубеждения, так называемые **мифы**, а конкретнее – негативные мифы, то есть, отрицательно влияющие на те или иные показатели деятельности компании.

Чем опасны мифы? Это очевидно – они провоцируют замедление роста аудитории, снижение получаемой прибыли, ухудшение **имиджа** компании.

В качестве кейса, наглядно иллюстрирующего убыточность по вине мифов и важности борьбы с ними, в статье используется опыт известной социальной сети «Одноклассники» (ОК), являющейся на данный момент частью холдинга Mail.ru Group.

Социальные сети являются сегодня одними из самых посещаемых ресурсов во всем Интернете. Вместе с тем западные эксперты стали фиксировать снижение интереса к сетям и уменьшение прироста новых пользователей. Несмотря на то, что объемы трафика в социальных сетях продолжают расти, качество этого трафика во всем мире падает.[2] Отметим, что аналогичная тенденция характерна, в частности, и для Рунета.

Обратимся кратко к истории социальных сетей. Термин «социальная сеть» был введен в 1954 г. социологом Манчестерской школы Джеймсом Барнсом. С развитием Интернета этот термин стал широко применяться для обозначения ресурсов, функционал которых позволяет представлять себя в Интернете, создавая собственную страничку, и общаться с другими пользователями.

Можно выделить следующий обязательный функционал, располагая которым, сайт может называться современной социальной сетью:

1. Возможность создания индивидуальных профилей, в которых будет содержаться определенная информация о пользователе (его имя, семейный статус, интересы и т.п.);

2. Возможность взаимодействия пользователей (посредством просмотра профилей друг друга, внутренней почты, комментариев и др.);

3. Возможность достижения совместной цели путем кооперации (например, целью социальной сети может быть поиск новых друзей, ведение группового блога);

4. Возможность обмена ресурсами (к примеру, информацией);

5. Возможность удовлетворения потребностей за счет накопления ресурсов (например, путем участия в социальной сети можно обзаводиться новыми знакомыми и тем самым удовлетворять потребность в общении).

Первые социальные сети появились в мире в начале 2000-х годов, первопроходцами в этой области стали Facebook и MySpace. В Россию подобный Интернет-ресурс пришел только в 2005 году, когда был создан первый русскоязычный проект Odnoklassniki.ru. В качестве объединяющего фактора, позволяющего отследить связь между людьми, было принято место учебы пользователя. Остальные категории — место работы или службы — занимают второстепенную позицию. Буквально через несколько месяцев был запущен следующий проект – «ВКонтакте». Он считается второй ступенью развития социальных сетей, или, как принято говорить, «социальной сетью 2.0».

В настоящее время «Одноклассники» является второй после «ВКонтакте» по популярности социальной сетью, и ее ежедневная аудитория составляет 38 миллионов пользователей (рис.1). По доходности же «Одноклассники» обходит «ВКонтакте». Доходы «Одноклассников» в 2014 году выросли на 23,5 %, до 16,3 млрд руб., свидетельствуют данные базы «СПАРК-Интерфакс». Выручка «ВКонтакте» увеличилась на 6,2 %, до 6,2 млрд руб. (по данным Live Internet).

А.К. Исрапилов, директор по маркетингу и развитию бизнеса социальной сети «Одноклассники», в интервью SeoPultTV комментирует сложившуюся ситуацию так: «У ОК были не самые успешные периоды. “Одноклассники” были <социальной сетью> номер один, но потеряли свою позицию после неудачной череды смен руководства и команд. Наиболее устоявшаяся команда – это текущая команда, благодаря которой

[1] Крылов А.Н. Коммуникационный менеджмент. М.: Икар, 2015. С. 17.

[2] Алмаева В.В. Виртуальные социальные сети как составляющая современного образовательного пространства. [Электронный ресурс] // Стартапы и бизнес. URL:http://ito.edu.ru/2010/Tomsk/III/III-0-1.html

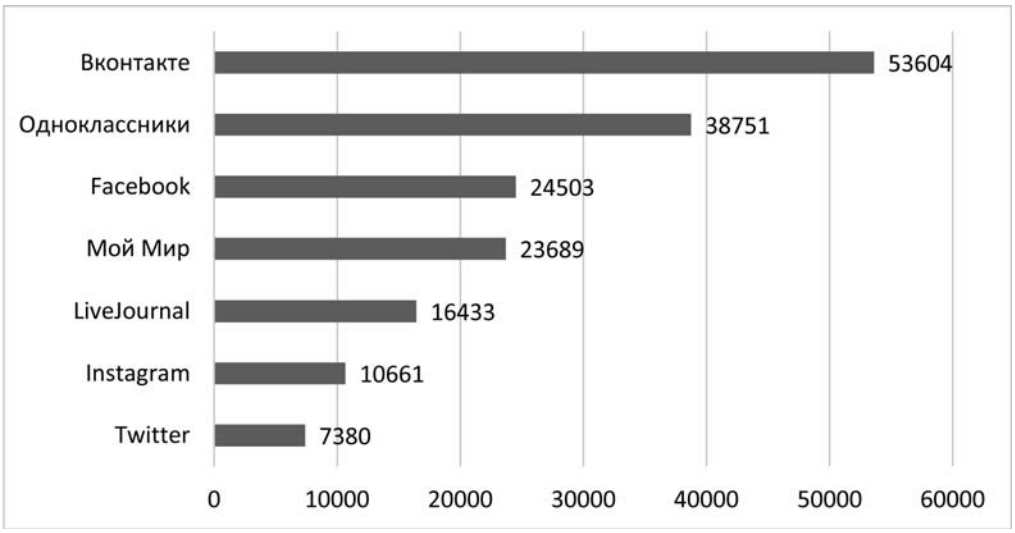


Рис. 1. Среднемесячная аудитория сетей, Россия, 2015 г., тыс.чел.

Источник: Brand Analytics, Adindex, 2015

рост и развитие "Одноклассников" восстановились. Мы сейчас вышли на совершенно другой уровень».[1]

Что же мешает сейчас «Одноклассникам» быть социальной сетью номер один? Можно выделить несколько стереотипов (мифов), которые тормозят развитие проекта. Во-первых, это стереотип аудитории «Одноклассников», как преимущественно возрастной. Во-вторых, «Одноклассники» воспринимается как патриотическая социальная сеть с пользователями, исключительно лояльными действующей власти. Из этого мифа проистекает третий, который становится проблемой: рекламодателю здесь нечего делать.

Рассмотрим все три мифа подробнее и, соответственно, коммуникационную стратегию «Одноклассников», направленную на борьбу с ними. Миф о возрастной аудитории сложился в 2007 г., на заре развития "Одноклассников", и связан с ее изначальным позиционированием на рынке. «ВКонтакте» была сетью для активной в интернете молодежи (то есть еще учащихся). «Одноклассники» же шли под эгидой – «Найди того, с кем ты учился в школе». В связи с этим наиболее успешные публикации, и в целом стиль контента формировались на основе этих специфических возрастных групп для каждой площадки. В те времена стереотипы об этих социальных сетях были не мифом, а реальностью.

В реальности в 2015 г. дела обстоят совершенно иначе. Основное ядро ежедневной аудитории «Одноклассников» составляет возрастной сегмент от 18 до 35 лет (18-24 лет: 15 % женщин и 24 % мужчин, 25-35 лет: 33 % женщин и 34 % мужчин), по внутренним данным «Одноклассников» на 2015 г. (рисунок 2).

Так объясняет эту ситуацию С.М. Боярский, менеджер по развитию ОК: «Среди наших пользователей действительно довольно много людей в возрасте старше сорока. Это очень отзывчивая аудитория, поэтому мы ее ценим и всячески о ней заботимся. Однако ежемесячная статистика показывает, что больше половины нашей активной аудитории — это молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет.»

Анализируя, для сравнения, аудиторию сети «ВКонтакте» мы выявили, что основным ее сегментом является также возрастная группа от 18 до 34 лет (по данным TNS на 2015 г).

«Перекос» ОК в сторону возрастной аудитории остаётся, но не такой, чтобы утверждать, что «Одноклассники» — исключительно возрастная площадка», – отмечает И. Филин, генеральный директор агентства Agency One.

Тем не менее, остается достаточно прочным стереотипное мнение об ОК, как о сугубо патриотической социальной сети, в которой нет места иным политическим взглядам. На самом деле в Одноклассниках» успешно функционируют такие либеральные сообщества, как: «Дождь», «Эхо Москвы», «Медуза», насчитывающие при этом свыше миллиона участников каждое.

Как уже отмечалось, мифы влекут за собой чувствительную проблему в размещении рекламы: рекламодатель неохотно приобретает рекламное пространство в «Одноклассниках». Реклама занимает лишь третье место в доходах этой сети. Многие компании не создают в «Одноклассниках» свое сетевое представительство или группу, полагая, что здесь «одни старушки», и их целевая аудитория на просторах ОК не представлена.

Как же менеджмент «Одноклассников» противодействует сложившимся стереотипам? Во-первых, данная социальная сеть проводит сильную политику, направленную на привлечение молодежной аудитории. Это осуществляется путем запуска видеочатов на собственной видеоплатформе «Одноклассников», в которые приглашаются популярные среди молодежи звезды. Совместно с пабликом «Арзамас» проводятся специальные развлекательно-образовательные проекты, например, «Неделя знаний», проходившая с 1 по 6 сентября 2015 года, в ходе которой пользователи могли играть в образовательные игры; ОК регулярно размещает на видеоплатформе лицензионный развлекательный контент (например, популярный сериал «6 кадров»); проводятся и видеотрансляции, которые могут быть интересны молодежи: например, «Europa Plus Live 2015». Главная задача подобных проектов – повышение лояльности уже существующих пользователей с помощью нового контента и интересных механик, а также привлечение внимания новой аудитории.

Помимо этого, «Одноклассники» активно работают с аудиторией при помощи СМИ: публикуются статьи и интервью, в которых излагаются конкретные и актуальные на данный момент факты, например, статья «Миф о возрасте аудиторий «ВКонтакте» и «Одноклассников»: в чём их отличие на

[1] Исрапилов А.К. Соцсети не то, чем кажутся. [Электронный ресурс]. URL: http://insideok.ru/blog/arsen-israpilov-socseti-ne-to-chem-kazhutsya

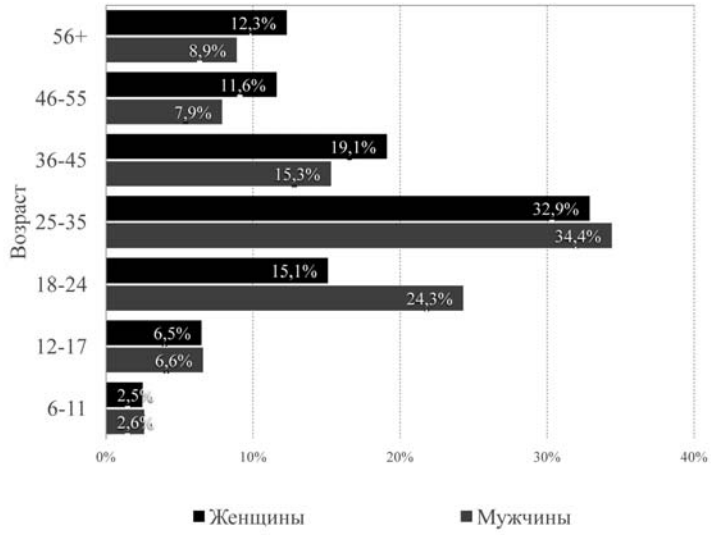


Рис. 2. Половозрастная структура пользователей сети «Одноклассники» в 2015 г.

Источник: Рассчитано авторами на основе внутренних данных сети.

самом деле»[1]. Объективные публикации противодействуют нежеланию рекламодателей идти в «Одноклассники». Так, был опубликован ряд интервью с компетентными экспертами: с А. Варнавским, директором аналитического ресурса «Крибрум», А. Фрольченковым, SMM-менеджером агентства Red Keds, а также интервью с представителями ряда брендов, успешно продвигающих себя в «Одноклассниках».

Что же еще конкретно может привлечь рекламодателей, помимо возможности расширения целевой аудитории? Это, в частности, разнообразные маркетинговые инструменты, необходимые для продвижения. С этой целью в сети «Одноклассники» с 2012 года были создаются группы, сообщества крупных брендов, предоставлена уникальная возможность «брендирования» их интерфейса – изменение оформления страниц сообществ с использованием элементов фирменного стиля. Была создана видеоплощадка, которая является второй по просмотрам видео в Рунете (более 220 миллионов стартов видео ежедневно), что было проанонсировано в СМИ. Также в прямом эфире нон-стоп в «Одноклассниках» можно смотреть телеканалы (например, телеканал Lifenews). Кроме того, транслировать можно отдельные передачи или мероприятия. Например, совсем недавно радиостанция Europa Plus организовала онлайн-трансляцию мероприятия Europa Plus Live 2015, о чем говорилось ранее. Трансляция на платформе «Одноклассников» собрала рекордное количество просмотров среди всех онлайн-площадок, где проходила трансляция концерта, – 164 тысячи. Всего за несколько часов число участников группы увеличилось на 30 % – до 273 тысяч[2].

«Одноклассники» создали музыкальную платформу. Функционал реализован так, что можно создавать музыкальные сборники прямо в публикации. В первую очередь это может быть интересно радиостанциям и музыкальным телеканалам, а также SMM-менеджерам. Для печатных СМИ создан специальный функционал для размещения больших текстовых постов (т.н. лонгридов). Это значит, что в сообществах можно размещать статьи полностью, а не в сокращенном виде, как в других социальных сетях.

Постоянно заботясь о своем имидже, «Одноклассники» постоянно работают со своими слабыми сторонами и мифами, точечно их разрушая тем или иным способом. Социальная сеть акцентирует свои основные преимущества для рекламодателей и брендов: высокую вирусность и доброжелательность аудитории. «Одноклассники» известны своими виральными инструментами: здесь нет «лайков», но есть «Класс!» – кнопка, совмещающая в себе функции «лайка» и «репоста». Таким образом, нажимая «Класс!» пользователь размещает на своей странице пост, разнося его по ленте. По этому же принципу работают и участие в опросах, и участие в фотоконкурсах, – вся информация об этом вирусно разносится по ленте. «Одноклассники» известны и доброжелательностью своей аудитории, что соответствует позиционированию сети: «Добрая сеть для развлечений». Все эти положительные качества и интересные нововведения неоднократно подчеркивались в публикациях и экспертных интервью.

Также для привлечения рекламодателей были созданы промопосты. Промопосты – это публикации из групп, которые можно продвигать, чтобы их увидели представители целевой аудитории за пределами сообщества.

Кроме предложения классических видов рекламы – медийной и таргетированной, «Одноклассники» вывели на рынок практически уникальный вид продвижения и формирования лояльности – интегрированную рекламу в играх и подарках внутри социальной сети. Владелец бренда может разместить свой логотип на подарке или одном из предметов в играх. Что немаловажно, это не просто реклама – эта возможность донести что-то до пользователя, изменить его мнение и представление. Сергей Меньшиков, бывший бренд-менеджер «Одноклассников», приводит показательный кейс: компания «Росатом» разместила в игре «Сити», в которой пользователь строит город, бронированные атомные станции, стоившие дороже, но предлагавшие более эффективный вид энергии. Тем самым они рассказали пользователям был адресован месседж о том, что атомная энергия – это благо, а получение ее защищено необходимыми мерами безопасности.

Таким образом, очевидно, что немаловажным элементом коммуникационного менеджмента и работой с имиджем являются выявление и борьба с мифами, негативно сказывающимися на проекте. «Одноклассники» являются одним из наиболее ярких примеров того, как команда предпринимает самые разнообразные меры для борьбы с доставшимися

[1] Миф о возрасте аудиторий «ВКонтакте» и «Одноклассников»: в чём их отличие на самом деле [Электронный ресурс] // Стартапы и бизнес. URL: https://vc.ru/p/vk-ok

[2] Там же.

им в наследство мифами, которые не соответствуют современным реалиям. Команда менеджеров проекта находится еще в середине пути; тем не менее заметна явная положительная динамика, проиллюстрированная выше статистическими данными.

Таким образом, очевидно, что немаловажным элементом коммуникационного менеджмента и работой с имиджем являются выявление и борьба с мифами, негативно сказывающимися на проекте. «Одноклассники» являются одним из наиболее ярких примеров того, как команда предпринимает самые разнообразные меры для борьбы с доставшимися им в наследство мифами, которые не соответствуют современным реалиям. Команда менеджеров проекта находится еще в середине пути; тем не менее заметна явная положительная динамика, проиллюстрированная выше статистическими данными.

Конечно, впереди еще немало работы, успех которой пока под вопросом, ведь работа по трансформации стереотипов и коррекции общественного мнения – процесс весьма сложный и долгий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Крылов А.Н. Коммуникационный менеджмент. М.: Икар, 2015. С. 17.

2. Алмаева В.В. Виртуальные социальные сети как составляющая современного образовательного пространства. [Электронный ресурс] // Стартапы и бизнес. URL:http://ito.edu.ru/2010/Tomsk/III/III-0-1.html

3. Исрапилов А. Соцсети не то, чем кажутся. [Электронный ресурс]. URL: http://insideok.ru/blog/arsen-israpilov-socsetine-to-chem-kazhutsya

4. Миф о возрасте аудиторий «ВКонтакте» и «Одноклассников»: в чём их отличие на самом деле [Электронный ресурс] // Стартапы и бизнес. URL: https://vc.ru/p/vk-ok

Vladimir Alexunin,

Russian State University for the Humanities, Ph. D, professor, (alexunin@mail.ru)

Yulia Bobrova, Manager to work with partners, «Odnoklassniki», (recently91@gmail.com)

COUNTERING THE NEGATIVE STEREOTYPES OF THE SOCIAL NETWORK METHODS OF COMMUNICATION MANAGEMENT

Abstract. The article analyzes the negative impact of stereotypes (myths) on the image of a social network and its attractiveness to advertisers. The authors consider a specific example of a solution to this problem of communication management methods in the social network “Odnoklassniki”.

Keywords: social networking; stereotypes about social networking; image; communication management

А.В. Шаркова,
доктор экономических наук, профессор;
Т.В. Харитонова,
кандидат экономических наук, доцент;
А.О. Кореньков,
студент факультета менеджмента;
А.В. Озолина,
студентка факультета менеджмента
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ СЕГМЕНТА КОФЕЕН В МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Аннотация: В статье описано обоснование открытия сети предприятий общественного питания в городе Мытищи. Главной предпосылкой открытия кофейни с уникальной концепцией считается рост рынка общественного питания. Это связано с тем, что рынок в целом и отдельные его сегменты в частности пока еще далеки от насыщения, но при этом обладают высокой инвестиционной привлекательностью, особенно если рассматривать экономически развитые регионы, к которым относится город Мытищи, расположенный в Московской области.

Ключевые слова: Предпринимательство, кризис и неопределенность, предприятие общественного питания, санкции, импорт, экспорт, импортозамещение, сегмент кофеен, кофейня, конкуренция, сетевые заведения, рынок кофеен, концепция предприятия, сотрудничество, города-побратимы, потребитель, маркетинг, политика продвижения, насыщение рынка, конкурентоспособность.

Одной из ярко выраженных негативных тенденций, характеризующих современную социально-экономическую ситуацию в Российской Федерации, является снижение предпринимательской активности в основном во всех отраслях экономики страны. Особенно остро это проявляется в отношении услуг, которые призваны удовлетворять человеческие потребности более высокого уровня. Так как на удовлетворении этих потребностей население чаще всего вынуждено экономить в условиях кризиса и неопределенности, то и уровень потребления услуг попадает в жесткую зависимость от общеэкономической ситуации. Не является исключением и сфера общественного питания.

Современная сфера общественного питания, с одной стороны, является самостоятельной отраслью экономики, обеспечивающая питание населения, а также комплекс дополнительных и сопутствующих услуг. Она включает в себя предприятия, различающиеся по размеру, формам собственности, организации производства, обслуживания и управления. С другой стороны, общественное питание представляет собой важную часть инфраструктуры индустрии туризма и гостеприимства. Поэтому процессы, происходящие в этих двух важнейших отраслях сферы услуг, являются взаимопроникающими. Проиллюстрируем эти важнейшие процессы на основе статистических показателей.

По данным Федеральной службы государственной статистики оборот сферы общественного питания в фактически действовавших ценах в 2014 году возрос по сравнению с 2005 годом в 3,8 раза и составил 1232,5 млрд. рублей. В расчете на душу населения оборот увеличился в 3,7 раза и составил 8437 руб./ чел. Однако в 2014 году наблюдается замедление темпов роста оборота отрасли. В отношении оборота отрасли на душу населения вообще можно констатировать падение (рисунок 1).

Рассмотрим структуру оборота сферы общественного питания по типам (размеру) хозяйствующих субъектов в 2010 и 2014 гг. (рисунок 2).

Из рисунка 2 следует, что в 2014 году по сравнению с 2010 годом несколько сократился удельный вес оборота субъектов крупного и среднего предпринимательства, а субъектов малого и микро– предпринимательства, напротив, увеличился. При этом удельный вес оборота индивидуальных предпринимателей практически не изменился.

Можно отметить, что за период 2005-2014 гг. значительно возросло число организаций общественного питания: ресторанов и кафе – в 1,6 раза, баров – в 4,2 раза, столовых при предприятиях и учреждениях и организаций по поставке продукции общественного питания – в 2,6 раза. Среднегодовая численность работников ресторанов и кафе возросла в 1,6 раза; баров – в 3,1 раза; столовых при предприятиях сократилась на 8,4%. Оборот ресторанов и кафе в фактически действовавших ценах возрос почти в 7,5 раз; баров – 11,7 раз; столовых при предприятиях – в 5 раз. Абсолютные значения этих и других финансово-экономических показателей представлены в таблице 1.

Опираясь на данные таблицы 1, можно констатировать резкое снижение рентабельности услуг и рентабельности продаж в сегментах ресторанов, кафе и баров и небольшой рост в сегменте столовых при предприятиях и организаций по поставке продукции общественного питания.

В качестве одного из показателей развития инфраструктуры индустрии туризма и гостеприимства обычно учитывается количество посадочных мест в ресторанах, кафе и барах. Так, в 2014 году значение этого показателя составило 4169,9 тыс. мест. По сравнению с 2011 годом его рост составил 124,1%.

Следует отметить, что на сегодняшний день ситуация в сфере общепита определяется еще и зависимостью от развития пищевой промышленности, которая, является стратегической отраслью экономики государства, так как обеспечивает его продовольственную безопасность. [4]

Рисунок 1 – Темпы роста оборота общественного питания в целом по отрасли и в расчете на душу населения (в процентах к предыдущему году) [7]

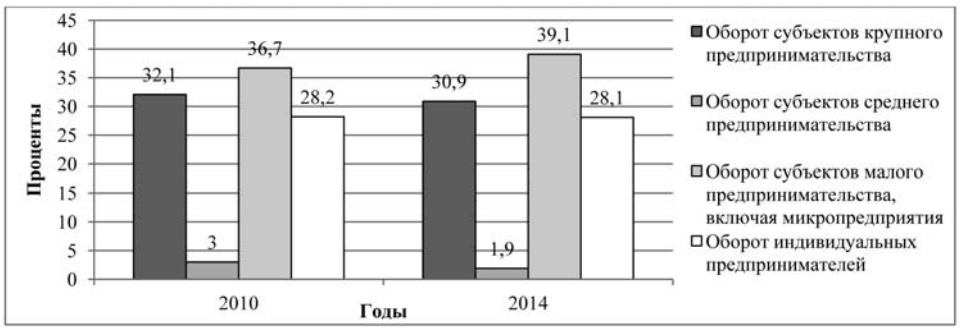


Рисунок 2 – Структура оборота сферы общественного питания по типам хозяйствующих субъектов [7]

Таблица 1 – Основные финансово-экономические показатели деятельности организаций общественного питания*

Показатели	Ед. изм.	2005 год	2014 год
1. Число организаций на конец года: – ресторанов и кафе – баров – столовых при предприятиях и учреждениях и организаций по поставке продукции общественного питания	Тыс. ед.	 44,0 1,7 3,5	 70,7 7,2 9,0
2. Среднегодовая численность работников: – ресторанов и кафе – баров – столовых при предприятиях и учреждениях и организаций по поставке продукции общественного питания	Тыс. чел.	 250,3 8,1 227,2	 397,9 25,2 208,2
3. Оборот в фактически действовавших ценах: – ресторанов и кафе – баров – столовых при предприятиях и учреждениях и организаций по поставке продукции общественного питания	Млрд. руб.	 71,1 1,9 31,4	 529,4 22,2 157,8
4. Прибыль от реализации услуг: – ресторанов и кафе – баров – столовых при предприятиях и учреждениях и организаций по поставке продукции общественного питания	Млрд. руб.	 3,8 0,1 0,8	 11,4 0,1 5,1
5. Рентабельность услуг: – ресторанов и кафе – баров – столовых при предприятиях и учреждениях и организаций по поставке продукции общественного питания	%	 7,9 5,5 2,6	 2,2 0,5 3,3

Показатели	Ед. изм.	2005 год	2014 год
6. Рентабельность продаж: – ресторанов и кафе – баров – столовых при предприятиях и учреждениях и организаций по поставке продукции общественного питания	%	 5,3 5,3 2,5	 2,15 0,45 3,2
7. Инвестиции в основной капитал в фактически действовавших ценах: – ресторанов и кафе – баров – столовых при предприятиях и учреждениях и организаций по поставке продукции общественного питания	Млрд. руб.	 1,9 0,02 0,3	 5,8 0,09 3,1

* Составлено авторами на основе данных Российского статистического ежегодника, 2015 [7]

В настоящее время в отношении России введены санкции со стороны ряда государств, следствием чего является ограничение импорта и экспорта продовольственных товаров. В связи с этим государство активно стимулирует развитие собственного производства и предпринимательства в различных отраслях экономики, в том числе и в сфере общественного питания.

В качестве примера рассмотрим один из сегментов рынка общественного питания – **сегмент кофеен**, являющийся составной частью сегмента кафе и ресторанов.

В 2010 году доля кофеен в структуре рынка общественного питания составляла всего 3%. В 2014 году ситуация значительно изменилась – на долю кофеен приходилось уже порядка 20%. Более подробно видовая структура рынка общественного питания представлена на рисунке 3.

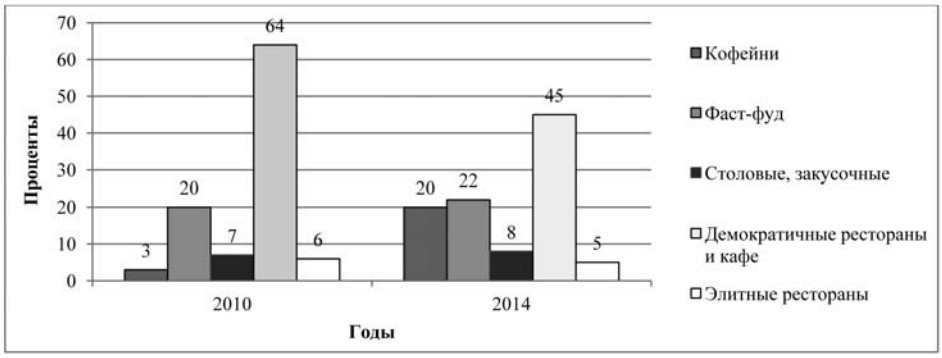


Рис. 3. Видовая структура рынка общественного питания*

* Составлено авторами с использованием данных Росинтер Ресторантс Холдинг [6]

Как следует из рисунка 3, в 2014 году наблюдается «демократизация» рынка общественного питания. Это выражается в том, что значительная часть ресторанов «покидает» рынок, уступая место кофейням и кафетериям, которые пользуются все большим спросом среди населения.

Закрытие ресторанов обусловлено рядом объективных причин. Среди наиболее веских причин следует назвать: падение курса рубля, снижение покупательной способности населения, резкое увеличение себестоимости продуктов как импортируемых, так и собственного производства, запрет на ввоз части европейских продуктов, высокие арендные ставки. Причинами «неэкономического характера» является принятие закона о запрете на курение в публичных местах, повсеместное увеличение числа платных парковок и т.п.

Важной субъективной причиной, побуждающей предприятия «оставлять рынок», является крайне высокий уровень конкуренции. В настоящее время наиболее сильной конкурентной позицией обладают сетевые заведения, которые занимают большую долю мирового рынка общественного питания. Раньше сетевые точки были представлены в основном в формате фаст-фуда, поэтому не составляли серьезной опасности для независимых игроков рынка. Однако сейчас ситуация изменилась: реклама, бюджет, узнаваемость бренда, масштаб охвата аудитории – все это преимущества сетевых заведений перед одиночными. В целом сетевая модель построения бизнеса считается наиболее эффективной, так как она позволяет ощутимо снизить инвестиционные риски и минимизировать издержки. Поэтому ей отдают предпочтение предприятия питания самых различных форматов – от предприятий фаст-фуда до кафе и ресторанов. Рынок кофеен в России также характеризуется высокой сетевой направленностью, что повышает входные барьеры для несетевых игроков. Для одиночных предприятий фактически остается только один способ получения конкурентного преимущества – это реализация уникальной потребительской концепции. [2]

Следует отметить, что современная кофейня должна сочетать в себе элементы сферы общественного питания и индустрии развлечений, то есть предлагать клиентам не только кофе и сопутствующие ему продукты, но и услугу по формированию особой атмосферы и созданию приятных мыслей, ощущений и настроений. В современной экономике это называется «продажа впечатлений».

Понятие «концепция» является многоаспектным и включает следующее содержание: 1) система взглядов на предмет или явление; 2) определенный способ понимания (трактовки, восприятия) какого-либо предмета или явления; 3) руководящая идея для систематического освещения предмета или явления.

В контексте общественного питания концепция должна представлять собой некую уникальную идею, причем уникальность ее может выражаться: в меню, сервисе, дизайне интерьера, наличии легенды, дополнительных услугах.

На сегодняшний день в России, как и во всем мире, появляется все больше предприятий общественного питания с достаточно интересными концепциями. Остановимся на некоторых из них более подробно.

Россия является многонациональной страной. Поэтому одними из самых популярных концептов в сфере общественного питания являются рестораны и кафе, содержащие элементы национальной кухни того или иного народа. Очень часто в дизайне интерьера помещений, вывеске, униформе сотрудников таких заведений прослеживаются этнические мотивы, что делает их чрезвычайно популярными среди туристов.

Но есть и не менее интересные решения. Например, тайм-бар «Подъезд» в г. Самара. Тайм-бар – это одна из разновидностей популярного в настоящее время формата «анти-кафе», с минимальным набором еды и напитков, большим количеством игр и повременной оплатой. В концептуальном плане тайм-бар «Подъезд» олицетворяет атмосферу «брежневской эпохи». Его интерьер – часть улицы, подъезда и жилой квартиры 60-80 гг. прошлого века.

Следует заметить, что ностальгия по жизни в СССР – одна из ключевых концепций настоящего времени. Примером может служить сеть московских закусочных «Вареничная», кафе-бар «Сделаны в СССР» или трактир «Черная кошка», в котором выдерживается стилистика культового кинофильма «Место встречи изменить нельзя».

В настоящее время в сегменте кофеен ярко выражены два основных концептуальных направления – восточное и западное. Восточное направление – это в основном заведения, стилизованные под турецкие и арабские кофейни, в интерьере которых присутствует восточный колорит, в блюдах – большое количество специй, а среди дополнительных услуг – кальян. Примером можно считать сетевые заведения «Дюшес», «Бакинский бульвар», «Восточный рай», кофейни «Восточная ночь» в г. Москве, «Звезда Магриба» в г. Рязань и др.

Кофейни «западного направления», которые функционируют в настоящее время на российском рынке, представлены преимущественно заведениями американского и французского типа.

Американский тип кофеен характеризуется минималистским стилем в оформлении интерьера, обслуживанием через бары, присущим итальянским эспрессо-барам, и общим демократическим духом заведений. Яркий пример – кафе «Старбакс».

Французский (австро-бельгийский) тип кофеен – это европейский формат предприятий общественного питания, характеризующийся ярко выраженным классическим стилем в оформлении интерьера, обслуживанием официантами и широким ассортиментом кондитерских изделий и холодных закусок. Примером этого типа кофеен среди российских игроков можно считать «Шоколадницу» и «Кофеманию». [5]

Следует заметить, что в Московском регионе функционирует большое количество кофеен французского типа как сетевых, так и не сетевых. Тем не менее, в настоящее время разработан еще один проект создания кофейни в г. Мытищи Московской области, концепция которого заслуживает внимания своей уникальностью.

Начало сотрудничеству между местными органами власти городов Франции и Московской области было положено в 60-х годах с появлением городов-побратимов, развитием культурных контактов и обменов школами. На сегодняшний день городами-побратимами являются: Орли и Клин, Версаль и Пушкино, Антони и Протвино, Рюэль-Мальмезон и Сергиев-Посад, Бобини и Серпухов, Дранси и Люберцы, Монтрей и Мытищи, Сан-Кен и Подольск. [8] Налаживание между городами-побратимами не только культурных связей, но и экономического сотрудничества является, на наш взгляд, важнейшей задачей международной политики Московской области.

Уникальность концепции проекта заключается в том, что создаваемая кофейня с французской кухней будет иметь культурно-ознакомительную и социальную направленность.

Кофейня предположительно будет размещаться на территории крупного торгово-развлекательного центра в г. Мытищи (в непосредственной близости от МКАД и северо-восточных районов г. Москвы). Выбор месторасположения кофейни обоснован следующими обстоятельствами.

Среди перечисленных городов-побратимов на территории Московской области, согласно данным Мособлстата за 2014-2016 гг., можно выделить три города с наибольшей численностью населения и достаточно высоким уровнем заработной платы – это Мытищи, Люберцы и Подольск. Ознакомившись с рейтингами городов, изучив посещаемость и наличие потенциально возможных мест для открытия кофейни, был выбран г. Мытищи.

По данным Министерства экономики Московской области, Мытищи заняли первое место по обеспеченности населения площадью торговых объектов (3050,1 кв. м на 1000 человек), что свидетельствует о его высокой привлекательности в качестве площадки для организации бизнеса в сфере общественного питания.

Общая численность населения г. Мытищи на начало 2016 года составила 187119 человека. По этому показателю он занял 101 место среди российских городов и пятое среди городов Подмосковья. В 2014-2015 гг. сохранилась тенденция увеличения численности населения за счет естественного прироста, миграционного притока и заселения новостроек. [8]

Показатель средней заработной платы населения в городе Мытищи в январе 2016 года составляет 35261 рубль [8], что может являться предпосылкой для роста потребительской активности.

Норматив численности посадочных мест на предприятиях питания для крупных городов в расчете на каждую 1000 человек городского населения составляет от 36 до 50 мест. Этот норматив следует принять, исходя из потенциальной аудитории – население г. Мытищи и северных районов Москвы.

В создаваемой кофейне будет осуществляться продажа французских блюд, проведение тематических национальных праздников, мастер-классов. У посетителей появится возможность не только получить удовольствие от посещения кофейни, но и познакомиться с историей развития отношений французских и российских городов-побратимов, особенностями французской культуры, то есть провести досуг с пользой.

В ходе опроса посетителей ТРЦ, проведенного при непосредственном участии авторов статьи, было выявлено, что основными потребителями французской кофейни будут люди со средним и выше среднего уровнем достатка, которые, посещая торговый центр, ориентируются не только на удовлетворение материальных, но также и духовных потребностей. Примерные возрастные рамки потребителя – 20-45 лет. Также не стоит забывать, что в любом крупном торговом центре существуют разнообразные развлекательные программы для детей. Учитывая это, можно сделать вывод, что посетителями кофейни могут быть семьи с маленькими детьми. Основывая на информации о потенциальных потребителях услуг кофейни, становится очевидным, что для проникновения на рынок и достижения конкурентных преимуществ должна использоваться стратегия фокусирования. Реализация этой стратегии позволит ориентироваться на целевой сегмент потребителей с точки зрения ценовой и маркетинговой политики, что значительно упрощает бизнес-процессы. [3]

В ходе опроса также были собраны мнения потенциальных потребителей о концепции новой кофейни, что подтвердило интерес к данному проекту. Несколько респондентов даже выразили желание помочь в реализации некоторых идей в рамках тематических вечеров. [1]

В качестве мероприятий по дальнейшему продвижению кофейни на рынок услуг общественного питания г. Мытищи

предполагается реализация разнообразных программ. Например, приглашение мимов для посетителей с детьми или проведение тематических вечеров с участием французских поваров и кондитеров, организация национальных французских праздников. Кроме того, мероприятия, проводимые в рамках культурных вечеров и встреч, будут способствовать росту культурного уровня населения, снижению преступности. А регулярные исследования потребительских предпочтений позволят выбрать темы и составить график работы мастер-классов.

Использование при реализации данного проекта современных технологий (например, телемоста), позволит упростить решение функциональных задач, внести в развитие бизнеса креативные идеи и, следовательно, сделать проект не просто успешным, приносящим прибыль, но и ярким и привлекательным для потребителей. [1]

Таким образом, создаваемая кофейня – это попытка перенести атмосферу Франции в Россию, создания у потребителей ощущения нахождения в другой стране. Это несет в себе еще и важную психологическую составляющую, особенно для тех, кто в условиях санкций, кризиса или вследствие других обстоятельств пока не может позволить себе заветное путешествие ...

И в заключение хотелось бы сделать следующий вывод. По мнению экспертов и аналитиков, несмотря на сложные экономические и политические условия российский рынок общественного питания продолжает свой рост, хотя и не такими быстрыми темпами, как ранее. Это связано с тем, что рынок в целом и отдельные его сегменты в частности пока еще далеки от насыщения, но при этом обладают высокой инвестиционной привлекательностью, особенно если рассматривать экономически развитые регионы, к которым с полным правом можно отнести и Московскую область. И даже в условиях не очень благоприятной рыночной конъюнктуры предприниматели, продвигающие на рынок конкурентоспособные проекты с уникальной концепцией, могут реально добиться успехов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кореньков А.О. Озолина А.В. Развитие сети предприятия питания «Страничка Парижа» // Сборник научных статей по итогам конференций по проблемам предпринимательства и банковского права. Сборник материалов всероссийских научно-практических конференций / Под общей редакцией А.В. Шарковой, главный редактор Т.И. Зворыкина. – М.: Издательство «Спутник+» , 2016. – 198с.

2. Предпринимательство и бизнес: финансово-экономические, управленческие и правовые аспекты устойчивого развития // Монография / Под общей редакцией ректора Финансового университета при Правительстве Российской Федерации М.А. Эскиндарова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 710 с.

3. Харитонова Т.В., Платонова Н.А., Христофорова И.В. и др. Маркетинг в сервисе: Учебное пособие. – М.: Издательский центр «Академия», 2012 – 224 с.

4. Шаркова А.В. Совершенствование оценки эффективности государственного регулирования инновационного предпринимательства // Научное обозрение, 2012. – № 3. – С. 297-305.

5. РосБизнесКонсалтинг – http://www.rbc.ru (дата обращения: 15.07.2016).

6. Росинтер Ресторантс Холдинг http://www.rosinter.ru (дата обращения: 15.07.2016).

7. Федеральная служба государственной статистики – http://www.gks.ru (дата обращения: 30.07.2016).

8. Экономическое и социальное положение городского поселения Мытищи (по оперативным данным) – https://ru.wikipedia.org; http://trud.com (дата обращения: 15.07.2016).

A.V. Sharkova, T.V. Kharitonova, A.O. Korenkov, A.V. Ozolina

PERSPECTIVE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT IN THE CATERING BUSINESS (FOR EXAMPLE COFFEEHOUSE SEGMENT IN THE MOSCOW REGION)

Abstract: The article describes the justification of opening a network of public catering establishments in the city of Mytishchi. The main premise for the opening of a coffeehouse with a unique concept is considered to increase the catering market. It's connected with the fact that the overall market and its individual segments in particular are still far from saturation, but they have high investment attraction, especially if we consider the economic development of regions, which include the city of Mytishchi, located in the Moscow region.

Key words: Enterprise, crisis and uncertainty, the catering company, sanctions, import, export, import substitution, coffehouse segment, coffehouse, competition, network places, coffehouse's market, enterprise's concept, collaboration, twin towns and sister cities, the consumer, marketing, promotion policy, market saturation, competitiveness.

СИНЕРГИЯ ЭКОНОМИКИ

И.В. Годунов,
доктор юридических наук, кандидат экономических наук,
первый заместитель директора института автоматизации проектирования РАН;
Ш.Р. Гулиев,
научный сотрудник Центра системных исследований,
оргсекретарь Ассоциации молодых ученых «Синергия экономики»,
студент ФГБОУ ВО «Московский технологический университет»

СИНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА

Аннотация: рассмотрены основные отличительные признаки новой концепции-школы «Синергия экономики», определены ее ответы на наиболее острые вопросы развития России и мира.

Ключевые слова: концепция, школа, синергия, экономика, воспроизводство, глобализация, развитие, трансформация, система, потенциал, созидание.

Каждый изучаемый объект большой или малый, может и должен изучаться с разных точек зрения, после чего всю совокупность знания в ракурсах отдельных, узко направленных знаний необходимо синтезировать в единое целое, что предполагает их структурирование соответствующим образом, причем в таком структурировании скрытым образом присутствует идея, по отношению к которой и осуществляется процесс структурирования, получающий при этом смысл и целеустремленность (через ориентацию на идею, образ синтеза, в связи с чем имеет место синергия приращения знания, при его одновременном и углублении, и возвышении, чему соответствует иерархия уровней познавательного процесса.[1]

Изложенное выше в научных формулировках, являющихся результатом деятельности интеллекта, может быть представлено художественно-образным путем, задействующим не только интеллект, но и эмоциональную составляющую человека, к тому же пробуждая его интуицию, при помощи следующей притчи древних индусов, получившей широкую известность в мире и уже ставшую классикой. Слепые от рождения «мудрецы», не имевшие никакого понятия о слоне, однажды встретились с ним и решили получить знание о нем наощупь. Но каждый из них ощупывал только какую-то одну часть слона. В итоге они стали спорить о том, что представляет собой слон. Тот, кто осязанием воспринял хвост, утверждал, что слон – это веревка. Другой, детально прощупавший хобот, доказывал «истину» о том, что слон подобен невероятно толстому канату. «Нет – слон это колонна» – настаивал тот, кто держался за ногу. «Да вы что, слон – это гигантская бочка» – отстаивал свое мнение «мудрец», трогавший живот слона. Слыша этот спор, зрячий человек сказал: «Слон не веревка, не канат, не колонна, не бочка, но его хвост похож на веревку, хобот – на канат, ноги на колонны, а туловище – на бочку».

Автор отдает себе отчет в том, что очень многим эта притча знакома, предвидя их возражения на предмет занятия места в тексте хорошо известными вещами, в то время как это место можно было бы занять чем-то, несущим новую информацию. Тот, кто так подумал, оказывается прав в том отношении, что в современной науке устоялся комплекс стереотипов, в том числе изложение материала в форме сугубо научных формулировок без задействования образов, аналогий, притч и т.п., воздействующих не только на интеллект, но и на интуицию. Безусловно, сугубо научный язык необходим. Однако все дело в том, что он недостаточен.

Однажды автор оказался свидетелем дискуссии профессора И. К, Ларионова с другим профессором (человеком, заслуживающим уважения, но его фамилия сознательно не называется). И.К. Ларионов объяснял понятие синергии в экономике, на что его оппонент, будучи доктором экономических наук, но при этом хорошо знающим кибернетику, естественные науки и математику, заметил: «Понятие синергии применялось в физике в качестве объединения однородных элементов». На это И. К. Ларионов возразил и сказал, что в общественных науках, в том числе экономике, синергия означает разумное комбинирование именно разнородных элементов, которое дает в итоге помимо их механической суммы ценностей, еще и дополнительный, т.е. синергетический эффект,[2] обладающий реальной ценностью. «Разумное комбинирование – это не научный термин» – возразил оппонент. На это И.К. Ларионов ответил, обращаясь ко всем присутствующим (излагаю своими словами), следующее: «Очень характерное замечание. Вы только вдумайтесь: современная наука отрицает разум! Она признает только то, что можно зафиксировать приборами, а потом обработать методами неживой математики. И весь прогресс науки заключается в прогрессе техники, создающей все более совершенные приборы! Все это относится к экстравертному знанию. Но есть еще интровертное знание. Нужно стремится к синергии синтеза экстравертного и

[1] В данной связи см.: И.К. Ларионов, Сфинкс, Алхимия человеческого духа, М., Прометей, 1990; И.К. Ларионов, Интра йога, М., Прометей, 1990; И. К. Ларионов, Невербальное мышление, М., ИТК «Дашков и К^0», 2006.

[2] В данной связи см.: А. И. Данилов, Комбинационный экономический эффект: понятие, формирование, генерирование, М., ИВЦ «Маркетинг», 2000; О.А. Грунина, Перспективы создания финансового синергетического эффекта в условиях инновационного развития российской экономики, М., РГСУ, 2001; И.К. Ларионов обосновал положение о том, что в основе прибавочного продукта и прибыли лежит не только прибавочная стоимость (по К. Марксу), но и синергетический эффект, являющийся результатов деятельности предпринимателя-руководителя. См. И. К. Ларионов, Социально-экономическая система российского общества, М., Союз, 1997; Политическая экономия, учебник, под ред. И.К. Ларионова, М., ИТК «Дашков и К^0», 2012.

интровертного знания.[1] Представим сознание совсем малого ребенка. Оно состоит из двух сфер – внутренней и внешней. Внешняя сфера раскрывается через органы чувств, начиная от осязания и до зрения и слуха в тот красочный мир, который мы видим. Однако, как правило, внутренняя сфера останавливается в своем развитии у человека где-то в районе 5-7 лет, после чего замутняется и деградирует. При этом, за редким исключением, она ограничена только чувством осязания. Представим такую аналогию. Механическая гусеница, со встроенным в нее микрокомпьютером, миллиметр за миллиметром облазит всю комнату, со всей ее обстановкой, после чего ее компьютер выдает ей цельную картину данного помещения. Теперь сравним восприятие механической гусеницы с восприятием человека, обладающим чувством зрения. Он все помещение воспримет одним взглядом, сразу. Аналогично, если человек откроет внутри своей сферы самочувствия-самосознания еще другие органы чувств, помимо аналога чувства осязания, перед ним откроются новые миры, несопоставимо более грандиозные и прекрасные чем тот, который доступен обыденному сознанию. Да и в нашем мире за его внешними фактами и событиями скрыты реальности более глубоких миров. Там совсем другие законы и правила. И над всеми ними пребывает Бог. Одни скажут – Бог есть. Они будут правы. Другие отрицают Бога. И по-своему тоже правы. «Да» и «нет» (бытие и небытие) – это атрибуты нашего мира. Бог же пребывает над всеми мирами, о Нем нельзя сказать, что Он есть или Его нет, Он вне полярности бытия-небытия.

В ответ на процитированный по памяти монолог профессора И.К. Ларионова, тот получил такую реплику оппонента: «Нужны факты. Практика – критерий истины». «Совершенно верно» – согласился И.К. Ларионов. «Но только существует экстравертная и интровертная практика. Последняя предполагает духовный психотренинг, медитацию, сознательное регулирование жизненно-магнетических токов и др.»[2].

Человеческая цивилизация и культура стоят перед выбором– перейти на качественно новую ступень развития с положительным знаком или быть разрушенной в ходе развертывания глобально экономического и экологического кризиса[3], в связи с чем остро встают вопросы изменения сознания человека, раскрытия в нем скрытых способностей.[4] Это не может не сказаться на необходимости преобразования методов научного познания на пути восстановления баланса интровертности и экстравертности.

В процессе познания как обыденного, так и научного, следует различать следующие элементы:

а) *информация* в качестве совокупности «атомов» (битов знания), которая может быть зафиксированной как в психике индивида, так и на электронном или материально-вещественном носителе;

б) *мотив-импульс*, который порождает цепную реакцию структурирования информации (причем всякое структурирование осуществляется относительно определенного мотива-импульса). Эта реакция структурирования развертывается стремительно без наличия препятствий или идет с трудом по мере преодоления трудностей, но при этом всякий мотив-импульс может порождаться исключительно индивидуальным живым существом и никогда самой совершенной машиной (другое дело, что сознающий себя индивид может вложить в машину внешнее и притом одновариантное отражение своего мотива-импульса; машина может восстать против человека, но только в том случае если некое живое существо вложит в нее соответствующий мотив-импульс;

в) *сознание (и самосознание)*, принадлежащее исключительно живому существу (оно, будучи субъектом, никогда и ни при каком условиях не может стать объектом);

г) *индивидуальное «Я»*, осуществляющее процесс как осознания информации и знаний (знание – это структурированная относительно мотива-импульса *информация*), так и их *осмысление*, которое возможно только сугубо индивидуально (знание может быть передано от одного индивида другому, но смысл постигается только индивидуально собственными усилиями и никак иначе).[5]

Интровертная наука, а она все более необходима для того, чтобы предотвратить «отмену человека» в результате одностороннего крена в сугубо экстравертное знание, имеет дело не только со знанием, но и со смыслами. Она, как уже отмечалось, в принципе недоступна никой машине, никакому самому сверхмощному компьютеру.

В связи с различием интровертного и экстравертного познания, различается *математика знаний и математика смыслов*.

Математика знаний, помимо прочего, имеет дело с оптимизацией процессов, в том числе и в экономике. При этом все процессы оптимизируются так или иначе по отношению к какому-либо критерию, выраженному в общей мере измерения (деньгах, трудозатратах при редукции труда, квт-час. электроэнергии и др.).

В отличие от этого, математика смыслов имеет дело только с тем, что воспринимается сугубо индивидуально, в меру мотивации, уровня развития и вместимости индивида.

Если знание изображается цифрами или буквами и их сочетанием, то смысл может быть только обозначен, казалось бы, тем же самым способом, но он «пребывает» в глубине того или иного знания, по принципу голографического отражения всего во всем.

Каждый смысл бесконечен в своей глубине, он синтезирует в себе (с образованием синергии) как индивидуально неповторимое конкретное, так и всеобщее, представленное в

---

[1] В данной связи см. раздел «Экстравертный и интровертный баланс цивилизации» в книге: И.К. Ларионов, Интра йога, М., Прометей, 1990 г.

[2] В данной связи см.: И.К. Ларионов, Интра йога, М., Прометей, 1990 г.; М.А. Зиганов, Как повысить качество и скорость чтения, Калининград, Янтарный сказ, 1996; М.А. Зиганов, Как сделать чтение продуктивным и приятным, Калининград, Янтарный сказ, 1996; И. К. Ларионов, Невербальное мышление, М., ИТК «Дашков и К^0», 2006.

[3] См. М.Г. Делягин, Мировой кризис, Общая теория глобализации, М., ИНФРА-М, 2003; Л.С. Черной, Глобализация: прошлое или будущее? М.. Академкнига, 2003; А. Фурсов, Мировая борьба, Англосаксы против планеты, игры мировых элит, М., «Книжный мир», 2015; С. Глазьев, последняя мировой война, США начинают и проигрывает, М., Книжный мир, 2016.

[4] А. Потемкин, исходя из развития техники и компьютеризации, которые оставляют далеко позади не только физические, но и рассудочно-мыслительные способности человека (механистическое мышление сугубо формального типа), стал отстаивать идею о том, что «человек отменяется», будучи заменен машиной. См.: А. Потемкин, Виртуальная экономика и сюрреалистическое бытие, М., ИНФРА-М 2000. Эта была идея уже неоднократно озвучена и ранее. Однако в настоящее время предпринимаются разные практические шаги по замене органов тела человека, с перспективой вселить мозг в машинный аналог биологического организма. Некоторые мечтают о записи человеческой психики, сознания на практически вечном носителе, неправомерно отождествляя сознание с его составом, Последний может быть записан, а сознание – в принципе нет, поскольку оно имеет источник в Духе, пребывающем за бинером бытия и небытия.

[5] Обычно человек отождествляет себя с физическим телом, личностью на его базе в качестве сгустка социальных отношений и т.д., но при этом не имеет даже малейшего понятия о своем реальном индивидуально неповторимом «Я», которое познается только опытным путем в процессе медитации в качестве сверхфакта Мироздания Гаутама Будда, в результате долгих размышлений, вдруг разом в виде озарения осознал великую Истину. После этого он многократно повторял: «Во мне открылось окно…».

виде голографического отражения всего Бытия в индивидуально конкретном, что в итоге дает универсальное.

В качестве иллюстрации попробуем при помощи смысловой формулы структуризации изложить вышеизложенное.

$$АУЗС = (ИКСП \rightleftarrows ГОВЗМ) \longrightarrow ОСЧИ,$$

где: АУЗС – алгоритм универсального знания смысла;

ИКСП – индивидуально-конкретное смыслопостижение;

ГОВЗМ – голографическое отражение всеобщих законов мироздания;

ОСЧИ – отражение в сознании-чувствовании индивида.

Данную формулу можно конкретизировать с учетом степени чистоты и адекватности отражения, но это вышло бы за рамки иллюстрированного примера.

Формулы смысловой структуризации были использованы К. Марксом в «Капитале» при описании теории кругооборота и оборота капитала. При этом основополагающей формулой является следующая:

$$Д – Т, Сп, Рс… П… Т/ Д/ ,$$

где: Д – деньги, авансированные в кругообороте капитала;

Т – товары в виде факторов производства;

Сп – средства производства;

Рс – рабочая сила;

П – процесс производства;

Т/ – товары в виде готовой продукции;

Д/-деньги, вырученные от продажи готовой продукции;

Данная формула продуктивно использовалась и продолжает использоваться отечественными экономистами,[1] в то время как в западной экономической науке она почти забыта.

Аналитические возможности формулы кругооборота и оборота капитала весьма и весьма велики, причем не только в экономической сфере, но и в сфере человеческого познания как такового.

Начнем с последнего. В рассматриваемой формуле капитала представлены: а) три функциональные формы капитала (денежная, товарная, производственная); б) три стадии движения капитала (подготовка к производству, производство, реализация готовой продукции); в) три фигуры кругооборота капитала – денежная, производственная, товарная, образуемые в зависимости оттого, с чего начинается движение (с денег, производства или товара). Тем самым формулы кругооборота капитала представляют собой, помимо прочего, формулу динамического триединства, элементы которого взаимоотражаются друг в друге, переходят один в другой. Известно, что в основу мироздания мировые религии кладут триединство. Например, в иудаизме – это Брама, Шива, Вшину, в христианстве – Бог-Отец, Бог-Сын, Бог-дух святой. Таким образом, внутри формулы кругооборота капитала отражено (словно Солнце в капле воды) аналогичное триединство, имеющее «место» в Царстве Духа.

Что касается экономики, то формула кругооборота капитала предприятия помогает уяснить механизм кризиса экономики РФ за последние четверть века, на протяжении которой народное хозяйство страны через революцию сверху стали реформировать в соответствии с постулатами и рецептами неоконсерватизма-монетаризма, применяемыми в соответствии с системой двух стандартов – для метролиний и для страны, попавших в неоколониальную зависимость в соответствии с вашингтонским консенсусом. Так, в результате так называемой «жесткой финансовой политики», проводимой под предлогом борьбы с инфляцией, денежная масса с России оказались непомерно сжатой. (12-14 % ВВП в 90-е годы, 40-45 в 2000-е, при норме не меньше 80 %). Кроме того, на почве приватизации за бесценных государственных предприятий и организаций, в РФ непомерно разрослась сверхдоходная, спекулятивно-посредническая сфера, которая втянула в себя большую часть денежной массы страны, причем с массированным вывозом капитала за ее пределы. В настоящее время вывезенные из России активы оцениваются в эквиваленте примерно 1,5 трлн. долларов США. Банковская система РФ работает в основном на кредитование спекулятивно-посреднических сделок, что обуславливает чрезмерно высокий процент за кредит для производственных предприятий (15-20 % и более годовых), у которых рентабельность ниже величины процента за банковский кредит. В результате денежно-финансовой политики по рецептам монетаризма, относительно кругооборота и оборота капитала происходит обрезание притока денег как на входе в воспроизводственном процессе предприятия (Д-т, Сп. Рс), так и на выходе из него (Т/ – Д/).[2] При этом создается мощное экономическое давление в направлении работы на внешние рынки при в разы заниженной зарплате и при замораживании инвестиций в научно-исследовательские и конструкторские разработки и обновление основных фондов. В итоге происходит процесс деиндустриализации страны, удушаются сферы науки и образования (за годы радикальных рыночных реформ численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, сократилась округленно с 1,5 млн. человек до 700 тысяч, а только в 2013-2014 учебном году, в сравнении с 2008-2009 учебным годом, численность профессионального преподавательского персонала уменьшилась с 404 тыс. человек до 297 тыс.человек, т.е. на 25 %).

Из изложенного выше вытекает практический вывод: в России необходимо кардинально изменить денежно-финансовую политику, используя целевую контролируемую эмиссию денег в соответствии с проектным финансированием, при создании системы государственного стратегического планирования, при одновременном резком ограничении спекулятивно-посреднической сферы, при установлении государством фиксированного курса обмена рубля на иностранные валюты. И в решении этих вопросов также нужно использовать, помимо прочего, методологию кругооборота и оборота капитала предприятия, так чтобы финансирование и кредитование реального воспроизводственного процесса не предприятиях соответствовало метаморфозам функциональных форм капитала в ходе его кругооборота и оборота.

Выше были изложены некоторые положения методологии познания, присущие новой экономической школе, названной ее родоначальником профессором И. К. Ларионовым «Синергия экономики».

Помимо методологии познания, для школы-концепции синергии в экономике характеры следующие отличительные особенности.

1 особенность. Все знания в синергетической экономике структурируются относительно человека, но понимаемого не в виде биосоциального существа, как у марксистов, и не экономического человека в трактовке рыночных фундаменталистов, а в качестве многоуровневого существа, обладающего целым спектром тел-проводников, обволакивающих душу и

[1] См., П. М. Павлов, Оборот средств предприятия, М., Финансы, 1967; Вальтурх К. К., Кругооборот и оборот фондов предприятий, М., Экономика, 1964; С.Б. Барнгольц, Оборотные средства промышленности СССР, М., Финансы, 1965; И.К. Ларионов, Стоимостные рычаги в кругообороте фондов предприятия, М., Мысль, 1976; А.В. Лугинин, Аналитические показатели кругооборота и оборота капитала предприятия, М; МАКС, Пресс, 2000. А.А. Ильягуев, Вложение средств и полезная отдача в кругообороте и обороте, капитала в условиях экономической трансформации, М; ИТК «Дашков и К^0», 2009.

[2] См. Антикризисное управление, под ред. И.К. Ларионова, М., ИТК «Дашков и К^0», 2012.

дух индивидуально-неповторимого «Я», в своей глубинной сущности укорененное в Боге.[1]

2 особенность. Все экономические явления и их динамика изучаются сквозь призму теории многоуровневого общественного воспроизводства, с выделением четырех уровней (микро, мезо, макро, мега) и трех субъуровней (субмикроуровня в виде отдельного человека в качестве работника и потребителя, субмезоуровня в виде структурного подразделения организации (фирмы, предприятия), субмакроуровня, который на другой шкале иерархии выступает в качестве микроуровня общественного воспроизводства). Само общественное воспроизводство понимается как диалектическое единство взаимопроникающих друг друга сфер-процессов – производства, распределения, обмена, потребления. Содержанием общественного воспроизводства является воспроизводство (постоянное возобновление): а) народонаселения; б) структурированных в системы разных уровней общественных, в том числе экономических отношений; в) общественно полезного продукта, как интеллектуально-информационного, так и материально-вещественного. Принципиально важное значение в школе-концепции «Синергия экономики» уделяется межуровневым взаимодействиям как снизу-вверх, так и сверху вниз с целевой установкой на гармонизацию, оптимизацию этих взаимодействий в виде сложной многоуровневой сети прямых и обратных связей. Этим не может похвастаться ни одна из других экономических школ, в том числе институционализм, марксизм, монетаризм и др.

3 особенность. Экономика на всех ее уровнях рассматривается, помимо прочего, в ракурсе воздействия на нее глобальных трансформационных процессов, связанных с необходимостью преодоления глобальных экономического и экологического кризисов. При этом последний трактуется как системный кризис экологии человека, экологии общества, экологии природы. Объективной основой глобальной трансформации служит превращение творчески-созидательного труда в интеллектуально-информационной сфере в главный фактор общественного производства и его развития, который в сочетании в уже обозреваемой перспективе с полной автоматизацией материального производства и рутинной части интеллектуального труда способен создать столь высокую производительность и эффективность, что практически всем людям можно обеспечить изобилие благ в рамках комфортного образа жизни, но без претензии на престижное сверхпотребление.

4 особенность. Глобализация трактуется в русле альтернативных сценариев ее развития. Школа-концепция «Синергия экономики» выступает за развитие глобализации в условиях многополярного мира, когда каждая страна и народ сохраняют свое неповторимое лицо, но при этом взаимообмениваются достижениями цивилизациями и культуры, так чтобы этот взаимообмен синергетически обогащал самобытное развитие каждой страны и ее народа. При этом институты семьи и государства не растворяются в тоталитарной стандартизации, диктуется США, а наоборот, укрепляются, совершенствуются, развиваются.

5 особенность. Жизненным призванием каждого здорового нравственно и физически человека является раскрытие в общественно-полезном труде на основе высокого профессионализма своего глубинного, творчески созидательного потенциала. Этот потенциал нужно выявлять как с раннего возраста, так и давать возможность самому человеку выявить его, попробовав себя в разных видах труда. При этом в системе общественного разделения и кооперации труда люди должны быть распределены в соответствии со своим глубинным творчески-созидательным потенциалом. В отличие от современной экономики, идущей от удовлетворения платежеспособного рыночного спроса к созданию соответствующих рабочих мест, в синергетической экономике рабочие места создаются под имеющийся творчески-созидательный потенциал каждого индивида.

Здесь мы сталкиваемся с одной проблемой. В интеллектуально-информационном труде, продукт которого легко копируется, востребован только самый лучший результат-продукт, в отличие от материально-вещественного производства, где самых лучших продуктов абсолютно на всех не хватит. При этом в силу врожденных способностей и кардинальных различий в потенциале индивидов, лучшие интеллектуальные продукты могу производить порядка 2-5 % работников, но поскольку этих лучших нужно выявить в процессе труда, необходимо дать возможность попытаться стать самыми лучшими 10-15 % работников. Остальные 85-90% становятся, казалось бы, излишними.

Уже сейчас в богатых странах эту проблему пытаются решать практически. Так, в Швейцарии 6 июня 2016 г. прошел референдум на предмет обеспечить каждому взрослому жителю страны гарантированный ежемесячный доход в 2,5 тысячи швейцарских франков без всякого участия в общественно-полезном труде (эквивалентно 170 тыс. рублей), при выплате каждому ребенку в 625 фраков в месяц, что вместе взятое предполагает расходы государственного бюджета порядка 208 млрд. франков ежегодно, финансируемые за счет повышения налогов на богатых. Народ Швейцарии не поддержал идею обеспечения гарантированного дохода всем гражданам, но показателен сам факт постановки данной проблемы на всеобщее голосование.

В синергетической экономике эта проблема решается иначе. В ней созданием принципиально новых интеллектуально-информационных благ занято 10-15 % всех работников. Остальным предлагается работать, в меру призвания и способностей, в культурно-воспитательных центрах, общественное призвание которых заключается в воспитании и образовании подрастающих поколений. Чтобы найти 10-15 % генераторов развития общества, нужно остальным 85-90 % народонаселения свободно развиваться и совершенствоваться, с целью в дальнейшем из всей массы отобрать 10-15 % наиболее способных и талантливых.[2]

6 особенность. В синергетической экономике предполагается взаимодействие традиций и нововведений (инноваций), соответственно сотрудничество ветеранов и молодежи, так чтобы все реформы осуществлялись на фундаменте того положительного наследия, которое создано трудом предшествующих поколений. При этом во главе всякого разумного общества, должен стоять Совет Старейшин, куда входят самые лучшие из лучших, доказавшие свою принадлежность к ним всем своим жизненным путем.

7 особенность. Школа-концепция «Синергия экономики» в идейно-политическом плане базируется на духе просвещенного патриотизма и государственности, дружбы народов и стран в синергии их взаимного обогащения, а также их совместной борьбы против всякого тоталитаризма, особенно в глобальном масштабе, независимо под какой маской выступает тоталитарное рабство, будь то маска коммунизма

[1] См. И.К. Ларионов Интра йога, М., Прометей, 1990; И.К. Ларионов, Сфинкс, Алхимия человеческого духа, М., Прометей, 1990; И.К. Ларионов, Тайны древних египетских карт Таро, сб-к «Утро богов», М., Молодая гвардия 1991; И.К. Ларионов, Тайны астрального мира, сб-к «Странствия душ», М., Молодая гвардия, 1992; И.К. Ларионов, Невербальное мышление, М., ИТК «Дашков и К^0», 2006.

[2] См. И.К. Ларионов, Социальная концепция личности, общества и государства, М., Союз, 2000; И.К. Ларионов, Социальная теория, М., ИТК «Дашков К^0», 2001; И.К, Ларионов, Стратегия социального управления, М., ИТК «Дашков и К^0», 2004, 2008.

или капитализма, маска демократии и прав человека, маска полной свободы человека и т.д.[1]

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антикризисное управление, под ред. И.К. Ларионова, М., ИТК «Дашков и К°», 2012.

2. Барнгольц С.Б. Оборотные средства промышленности СССР. М., Финансы, 1965.

3. Вальтурх К. К. Кругооборот и оборот фондов предприятий, М., Экономика, 1964.

4. Глазьев С. Последняя мировая война, США начинают и проигрывают. М., Книжный мир, 2016.

5. Грунина О.А. Перспективы создания финансового синергетического эффекта в условиях инновационного развития российской экономики. М., РГСУ, 2001.

6. Данилов А. И. Комбинационный экономический эффект: понятие, формирование, генерирование. М., ИВЦ «Маркетинг», 2000.

7. Делягин М.Г. Мировой кризис. Общая теория глобализации. М., ИНФРА-М, 2003.

8. Зиганов М.А. Как повысить качество и скорость чтения. Калининград, Янтарный сказ, 1996.

9. Зиганов М.А. Как сделать чтение продуктивным и приятным. Калининград. Янтарный сказ, 1996.

10. Ильягуев А.А. Вложение средств и полезная отдача в кругообороте и обороте капитала в условиях экономической трансформации. М, ИТК «Дашков и К°», 2009.

11. Ларионов И.К. Интра йога. М., Прометей, 1990.

12. Ларионов И.К. Невербальное мышление. М., ИТК «Дашков и К°», 2006.

13. Ларионов И.К. Социальная концепция личности, общества и государства. М., Союз, 2000.

14. Ларионов И.К. Социальная теория. М., ИТК «Дашков К°», 2001.

15. Ларионов И. К. Социально-экономическая система российского общества. М., Союз, 1997.

16. Ларионов И.К. Стоимостные рычаги в кругообороте фондов предприятия. М., Мысль, 1976.

17. Ларионов И.К. Стратегия социального управления, М., ИТК «Дашков и К°», 2008.

18. Ларионов И.К. Сфинкс, Алхимия человеческого духа. М., Прометей, 1990.

19. Ларионов И.К. Тайны астрального мира, сб-к «Странствия душ». М., Молодая гвардия, 1992.

20. Ларионов И.К. Тайны древних египетских карт Таро, сб-к «Утро богов». М., Молодая гвардия 1991.

21. Лугинин А.В. Аналитические показатели кругооборота и оборота капитала предприятия. М, МАКС, Пресс, 2000.

22. Павлов П.М. Оборот средств предприятия. М., Финансы, 1967.

23. Политическая экономия, учебник, под ред. И.К. Ларионова. М., ИТК «Дашков и К°», 2012.

24. Потемкин А. Виртуальная экономика и сюрреалистическое бытие. М., ИНФРА-М 2000

25. Фурсов А. Мировая борьба, Англосаксы против планеты, игры мировых элит. М., «Книжный мир», 2015.

26. Черной Л.С. Глобализация: прошлое или будущее? М.,Академкнига, 2003.

27. Merzlova M.P., Sharkova A.V.Impact of Investment Climate on Formation and Increase of Fixed Capital of Enterprices. 2013.T.16. №4. C7 486 -489.

I. V. Godunov,

Doctor of Law, candidate of economic Sciences, First Deputy Director of Institute of design automation RAS.

Sh. R. Guliev,

researcher of the center for system research, organizational secretary of Association of young scientists «the synergy of the economy», student of Moscow Technological University.

SYNERGETIC ECONOMICS

Annotation: The main features of the new concept-school were considered, its answers to the most pressing issues of Russian and world's development were determined.

Keywords: concept, school, synergy, economics, reproduction, globalization, development, transformation, system, potential, creativity.

[1] См. в частности: И.В. Годунов, И.К. Ларионов, Будущее России на весах истории, М., Наука, 2005; И. Панарин, Первая Мировая информационная война, Развал СССР, Спб., ПИТЕР, 2010; М. Делягин, Россия перед лицом истории, конец эпохи национального предательства?, М., Книжный мир, 2015.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

М.А. Гуреева,
АНО ВО «Российский Новый Университет» (РосНОУ), г. Москва
E-mail: vikov1956@mail.ru

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ОБОСТРЕНИЯ ЕЕ ПРОТИВОСТОЯНИЯ ЗАПАДУ

Аннотация: определены изменения в подходах к экономической безопасности России в условиях обострения ее отношений со странами Запада, сделан и обоснован о необходимости смены модели хозяйствования и экономического курса государства в русле построения интегрированной системы хозяйствования, сочетающей планирование и рынок, в качестве предпосылки обеспечения комплексной безопасности многоуровневого общественного воспроизводства.

Ключевые слова: экономическая безопасность, обеспечение, государство, противостояние, фактор, система, модель, воспроизводство.

Воссоединение Крыма с Россией, ее поддержка Донецкой и Луганской республик, когда их народонаселение оказало активное сопротивление политике фашизации, которая инспирирована из-за рубежа геополитическими силами, в свое время приведшими к власти в Германии А. Гитлера, явились естественной реакцией на государственный переворот в г. Киеве форме так называемого Майдана, управляемого напрямую из посольства США. Это породило целую цепочку событий мировой важности. При этом, с одной стороны, возникает четкий водораздел в историческом развитии нашей страны, а с другой – разделение всего российского общества на подавляющее большинство, безоговорочно поддерживающее внешнюю политику российского государства, и явное меньшинство, которое осуждает вхождение Крыма в состав Российской Федерации и поддержку нашим государством Донецка и Луганска. В дальнейшем, вмешательство России в военные действия в Сирии явилось катализатором развития процессов, порожденных событиями на Украине.

В сложившейся ситуации, продолжающей динамично развиваться, особую остроту приобретает проблема обеспечения экономической безопасности России, которая носит комплексный характер, с охватом всех уровней (микро, мезо, макро, мега) и субуровней (индивида, микроколлектива, организации в целом) системы общественного воспроизводства [1].

При этом экономическую безопасность страны следует рассматривать в тесной взаимосвязи с ее политической, военной, информационной, социально-политической и экологической безопасностью. Не пытаясь объять необъятное, остановимся на ряде вопросов обеспечения экономической безопасности России, рассматривая их сквозь призму двуединства – объективного развития реальных политико-экономических процессов и активного отражения, по принципу прямой и обратной связи, этого развития в общественном сознании.

События 2014–2015 гг. в корне подорвали осуществление проекта встраивания России в цивилизацию западных стран под эгидой США в духе Вашингтонского консенсуса. После перестройки, явившейся предпосылкой радикальных рыночных реформ, начатых сразу после распада СССР в августе 1991 г., был взят четкий, весьма определенный курс государства на встраивание в русло западной цивилизации на этапе активного развертывания глобализации по сценарию США, чему соответствует полная интеграция экономики РФ с мировым рынком [2–4], при превращении национальной экономики в составную часть глобального хозяйства, управляемого при помощи денежно-финансовых потоков, базирующихся на долларе США, направляемых из единого глобального центра, но с использованием отдельных относительно автономных спекулятивно-посреднических центров, локализованных в Америке, Европе, Азии, Ближнем Востоке. Встраивание экономики России в глобальное хозяйство, управляемое, организуемое и контролируемое США, предполагает сохранение в нашей стране только тех отраслей и производств, продукция которых допускается на мировой рынок и которые при этом обладают достаточно высокой конкурентоспособностью. В перспективе, Россия могла бы занять достойное место в системе международного разделения и кооперации труда, развивая у себя в качестве приоритетных сфер экономики науку, образование и высокие технологии. Но для этого необходимо было осуществлять соответствующие преобразования, связанные с конверсией военного производства и развитием на ее базе производств двойного назначения. Ведь подавляющая часть научно-технического и материально-технологического потенциала России была сконцентрирована в отраслях военно-промышленного комплекса.

С середины 50-х годов и вплоть до распада великой державы в 1991 г., был взят курс на победное шествие коммунизма по всему земному шару с опорой на превосходство в военной сфере. Н.С. Хрущев возглавил госпереворот в 1953-1955 гг., осуществив переход власти от Советов в лице Совета министров СССР, к партии, а Л.И. Брежнев, сохраняя всевластие партии, стал базировать свою личную власть на всемогуществе ВПК, что породило гонку вооружений. Следствием явилось отставание от стран Запада по уровню благосостояния, а последствия которых в корне удушали духовно-психологическую и культурную жизнедеятельность общества. Все это вместе взятое делало жизнь в СССР малопривлекательной в сравнении с яркими витринами ведущих стран Запада. Параллельно, внутри советского общества стала нарастать в геометрической прогрессии коррупция и теневая экономика. Именно слой коррупционеров и теневиков, особенно на почве круговой поруки национальных меньшинств, явился той довольно мощной социально-экономической силой, через перестройку получившей высшую власть в государстве, не без помощи западных спецслужб, которая стала проводить радикальные политико-экономические реформы в духе и русле Вашингтонского консенсуса, под руководством и контролем американских советников.

Однако, российский ВПК, вместо его превращения в локомотив экономического роста, разумеется при соответствующих преобразованиях, был подвергнут экономическому удушению денежно-финансовыми методами в форме так называ-

емой шоковой терапии. С самого начала радикальных рыночных реформ в России был взят курс на уничтожение науки, образования, машиностроительных отраслей промышленности, а также сельскохозяйственного производства, с превращением национальной экономики в топливно-энергетический и сырьевой придаток мирового рынка. Оборотной стороной такого разворота народного хозяйства страны явился экономический геноцид высококвалифицированных кадров в сфере науки, образования и высоких технологий. Естественно, это вызвало протест народа, который выразился в противостоянии Верховного Совета РФ и тогдашнего Президента РФ Б.Н. Ельцина, который совершив государственный переворот, приказав расстрелять из танковых орудий сопротивляющуюся наиболее активную часть народа во главе с его депутатами, стал осуществлять олигархически-космополитическую революцию сверху, в соответствии с идеологией неоконсерватизма-монетаризма и по его рецептам.

С начала 2000-х годов, социальный и политико-экономический курс России стал меняться в лучшую сторону. Изменения к лучшему, причем вполне осязаемые, произошли за 8 месяцев управления экономикой страны Правительством Е.М. Примакова, когда государство отказалось от курса радикальных рыночных реформ в духе Вашингтонского консенсуса. Однако, в силу сугубо политических соображений, вопреки экономической целесообразности, Б.Н. Ельцин отправил Правительство РФ, возглавляемое Е.М. Примаковым в отставку [5]. Изменения к лучшему выразились:

а) государство отодвинуло в сторону олигархические группы, перекрыв для них возможность напрямую определять важнейшие политико-экономические решения;

б) заметно повысился жизненный уровень основной массы населения в сравнении с 90-ми годами, когда он снизился в 3 раза по сравнению с 1990 годом;

в) была восстановлена государственная собственность на ряд особо важных предприятий в форме государственных корпораций.

Однако, общий политико-экономический курс страны оставался и до сих пор остался, в своей основе, прежним. Это видно, прежде всего, из следующего. Во-первых, сохраняется искусственное обрезание притока денег на входе и выходе воспроизводственного процесса (кругооборот капитала) производственных предприятий по рецептам монетаризма, что заставляет их работать за заниженную в разы зарплату на внешние рынки, где есть платежеспособный спрос на продукцию, при практически полном замораживании инвестиций в обновление, модернизацию и развитие.

Во-вторых, корпорации в своей деятельности направляются не стратегическим планом государства [6, 7], а ориентированы на максимизацию денежной выручки и прибыли, на базе встроенности в глобальную экономику, с финансированием инвестиций из внутренних источников, которые искусственно заморожены монетаристами во властных структурах, а за счет зарубежных займов, с быстрым нарастанием внешнего корпоративного долга страны, что представляет собой серьезную угрозу экономической безопасности государства [6, 7].

Дальнейшее продолжение экономического курса в духе и русле Вашингтонского консенсуса поддерживается рядом факторов:

а) утверждением в России, в ходе реформ 90-х годов (по существу в результате революции сверху методами насилия и принуждения), олигархически-коррумпированного общественного слоя компрадорской ориентации, базирующегося на экономике неоколониального типа, при том что олигархические группы концентрируют в своем распоряжении большую часть денег страны, имеют собственные силовые структуры, монопольно контролируют СМИ;

б) перекачивание денежных фондов олигархов и части чиновников в страны Запада, с обучением в них своих детей, вывозом семей, покупкой недвижимости и т.д., что ориентирует их на установки западных патронов, делая зависимыми от последних;

в) карьера в иерархии государственной власти относительно молодых чиновников, в том числе обученных на Западе, складывалась на основе следования постулатам и рецептам неоконсерватизма-монетаризма, причем так, что иначе они себя вести не могут, поскольку ничего другого делать не умеют, а у власти оставаться хотят, пользуясь ее преимуществами и привилегиями.

При этом принципиально не столь важно, искренне ли верит чиновник в неоконсерватизм-монетаризм, является ли он завербованным агентом той или иной силы на Западе, или просто по инерции продолжает свою привычную деятельность. Ключевое значение имеет поведение человека, его практическая деятельность. Если он действует согласно постулатам и рецептам неоконсерватизма-монетаризма, то он разрушает экономику страны, подрывая ее безопасность.

г) социально-экономический слой численностью в несколько миллионов человек (с семьями в несколько раз большей), который вписался со своей спекулятивно-посреднической или чисто криминальной деятельностью в компрадорскую экономику неоколониального типа, когда построение ее на здоровых началах в соответствие с национально-государственными интересами страны, на порядок снижает уровень материального благосостояния этого, в сущности своей, паразитарного слоя, не способного на общественно-полезную деятельность.

Однако, несмотря на сохранение вышеназванных факторов поддержки экономического курса, намеченного в 90-е годы, в 2014-2015 гг. активизировались следующие факторы, делающие невозможным продолжение этого курса.

Фактор 1. Правящая элита в России, исходя из исторических традиций нашей страны, притом, что в 2000-е годы государственная бюрократия ка класс (слой) взяла верх над российской финансовой олигархией, вскормленной на приватизации за бесценок скупившей доли государственного имущества [8, 9], не может мириться с принципом государственной власти в странах Запада, когда самые высшие чиновники являются ставленниками-марионетками финансовой олигархии, избираемыми через контролируемую ею систему выборов на определенный срок, после которого они должны покинуть высокие посты. В США и других странах Запада чиновник покупается олигархами, как правило, не за прямые взятки во время пребывания на должности, а путем назначения на высокооплачиваемую должность в корпорации, которую он обслуживал ранее. Оклады топ-менеджеров доходят до десятков миллионов долларов в год.

Российский высокооплачиваемый чиновник, в отличие от своего собрата на Западе, не может уйти из власти. Он всегда держится за свою должность до последнего. Как показал печальный опыт лидеров стран, заигрывающих с США и идущих на всевозможные уступки, Запад не гарантирует сохранение власти лидерам стран, проводящим прозападный курс. В этом отношении, особенно показательна история М. Каддафи, который выделял миллиарды долларов для финансирования предвыборной компании во Франции Н. Саркози. В ответ тот организовал военную интервенцию стран Запада в Ливию.

К вышесказанному добавим, что у большинства правящей элиты России сформировалось убеждение, что без защиты со стороны государства им не удастся сохранить свои огромные капиталы. В качестве наглядного примера сошлемся на Б.А. Березовского, который утратил свое много миллиардное состояние после бегства в Лондон.

Фактор 2. Правящие верхушки блока западных стран во главе с США, после событий 2014-2015 гг., уже не устраивает приверженность российской элиты курсу Вашингтонского консенсуса. Во избежание непокорности в будущем, они будут настаивать на:

а) смене высшего руководства страны с отдачей его представителей Международному трибуналу;

б) ликвидации в России ракетно-ядерного оружия и потенциала его производства;

в) сплошной, полной, ускоренной приватизации государственных корпораций.

Очевидно, что такие требования не приемлемы для высшего звена российских чиновников, за некоторыми персональными исключениями. Однако, и в отношении них Запад может явить свое благорасположение только в случае, если они открыто выступят против государственного суверенитета России, на что они не могут пойти, не лишившись должности.

Фактор 3. Санкции, наложенные на Россию странами Запада, совместно с их политикой по обрушению мировых цен на нефть, резко уменьшили доходы олигархических структур в России. В ответ, они всеми доступными для них способами, в силу строя олигархического капитализма, утвердившегося в России, пытаются усилить пресс эксплуатации основной массы народонаселения, перераспределяя ее номинальные и реальные доходы в сою пользу. Следствием является все более болезненное падение жизненного уровня народа. При этом в общественном сознании уже достаточно прочно укоренилось убеждение о том, что экономические беды нашей страны являются прямым следствием модели хозяйствования и экономической политики на базе постулатов и рецептов неоконсерватизма-монетаризма. Соответственно, требования снизу о смене экономического курса, вместе со сменой приверженных ему кадров – гайдаровцев, будут все более и более нарастать, вплоть до критического предела.

Фактор 4. События 2014-2015 гг. подтолкнули руководство России, а вместе с ним и ее экономику, к интеграции уже не напрямую с мировым рынком, а к системному экономическому сотрудничеству со странами, чьи жизненные интересы расходятся с Вашингтонским консенсусом. Речь идет, прежде всего, о Китае и Индии. Очевидно, что такое развитие перекраивает планы США на мировое господство, в связи с чем в дальнейшем давление на Россию будет нарастать, что вызовет ответную реакцию противодействия, прямо противоположную реакции покорности. Это убедительно показали действия России за последние 2 года.

Фактор 5. России во многом удалось восстановить свой военный потенциал, продемонстрировав военную технику, значительно более эффективную, чем у США. Б. Обама назвал российскую армию второй в мире.

В связи с этим В.Н. Боронец, известный военный обозреватель, заметил, что российская армия является действительно второй, на чем не нужно успокаиваться, но только не после США, а после Китая.

Главный итог данного фактора в том, что США не могут осуществлять военный диктат в отношении политики Китая, России, Индии, примкнувшим к ним странам.

Фактор 6. Экономика США, построенная по принципу финансовой пирамиды планетарного масштаба [10], поддерживаемая верой в неоспоримое могущество доллара и Северной Америки, с одной стороны, подошла к своему пределу (до Д. Буша государственный долг США составлял 4 триллиона долларов; после его правления долг увеличился в 2 раза до 8 триллионов долларов, а к концу пребывания в президентском кресле Б. Обамы долг составляет порядка 20 триллионов долларов), а с другой – долговая экономика США может быть спасена только быстрым и окончательным утверждением на планете неоспоримого господства этого лидера стран Запада, что нереально, хотя американцы и пытаются отчаянно разрушить изнутри Россию в качестве главного препятствия к тотальной власти над планетой. Во всяком случае, конфронтация между Россией и США будет нарастать, если в Америке не сменится ее курс на мировое господство через тотальное управление денежно-финансовыми потоками при опоре на диктат военной силы.

Фактор 7. Блок стран Запада во главе с США, являя собой метрополию в мировой системе неоколониализма, построен по принципу эксплуатации сильнейшими слабых, в связи с чем коллективная метрополия стран Запада всасывает, как паук, богатства из стран, попавших в неоколониальную зависимость (за 25 лет рыночных реформ из одной только России вывезено капитала не менее 3 триллионов долларов), затем сильные страны (Германия, например), высасывает богатства у других, более слабых стран Запада, типа Греции, и наконец США вытягивают богатства из Германии и Франции, других достаточно богатых стран.

Англия, которая согласно Л. Ларушу, владеющая контрольными пакетами акций ряда корпораций США, с одной стороны, солидарна с Северной Америкой, а с другой – готова проводить свой собственный курс в своих интересах. В этом ракурсе нужно обратить внимание на пышный прием, устроенный в Англии китайскому лидеру во время его визита в туманный Альбион в 2015 году.

Проекты ТрансАтлантического и Транс-Тихоокеанского партнерства институционно закрепляют иерархию неоколониальной эксплуатации народов и стран, что вызывает в ответ противодействие. В итоге возникает, приобретающий все большую мощь, процесс трений между странами Запада, с перспективой потери США своего лидерства.

Фактор 8. Нарастает противоречие, вплоть до полной несовместимости, между новым политико-экономическим курсом России на международной арене и сохранением неоконсервативно-монетаристской моделью хозяйствования.

С учетом всех высказанных факторов, их взаимодействия и взаимопроникновения, мы делаем вывод о том, что известная цепочка событий 2014-2015 гг., приводит к смене экономической системы России, отказу от неоконсервативно-монетаристской модели хозяйствования и соответствующей ей экономической политики [11]. Только при условии нового экономического курса, осуществляемого в национально-государственных интересах страны, в противоположность интересам разного рода олигархических групп, может быть обеспечена на должном уровне экономическая безопасность России.

Это обеспечение предполагает принципиальный отказ от разного рода крайностей, но не в виде постоянного балансирования между ними, а в качестве нахождения синтеза их положительных качеств при нейтрализации негативных. Ведь балансирование на двух противоположных крайностях в тот или иной момент может сорваться, после чего последует цепная реакция нарушений равновесия. В отличие от этого, синтез создает основу для устойчивого, без кризисного развития. Именно такое развитие национальной экономики создает фундаментальную основу ее экономической безопасности.

О каких крайностях и синтезе идет речь?

Прежде всего, нужно иметь в виду необходимость синтеза положительных качеств как рыночно-капиталистического, так и планово-распределительного хозяйствования, при нейтрализации их негативных свойств, что дает в итоге интегрированную экономическую систему с положительным знаком.

Ключевое значение для развития национальной экономики на всех ее уровнях имеет разумное, рациональное управление функционированием и совершенствованием. В таком управлении необходимо использовать все плюсы частно-

инициативного и государственно-общественного подходов, при нейтрализации всех присущих им минусов. Иначе говоря, управление народным хозяйством, включая разработку стратегического плана, конкретизации его программ развития, инновационных проектов и т.д., следует осуществлять на основе института и механизма государственно-частного партнерства, помня при этом, что оно должно быть с положительным, а не с отрицательным знаком.

Принципиально важно сочетать стабильность и инновационность развития. Причем подлинная стабильность может быть обеспечена при условии ограниченного внедрения инноваций в сам процесс развития. Речь идет о придании инновациям стабильного характера. Нужно оберегаться как имитации инноваций, так и инноваций с отрицательным знаком [12-14].

События 2014-2015 гг. остро поставили вопрос об импортозамещении в экономике России, что исключительно важно для обеспечения экономической безопасности. При этом нельзя впадать в крайность экономической автаркии, что в корне затормозит развитие экономики, а это уже с другой стороны подорвет ее экономическую безопасность. По нашему мнению, импортозамещение в его разумном понимании означает следующее:

а) обеспечение собственным производством потребления основных продуктов питания, а также поставок важнейших компонентов для оборонной промышленности;

б) выстраивание устойчивых на длительную перспективу экономических отношений на базе взаимной выгоды с теми странами, на которые геополитические противники России не смогут оказать влияние на предмет отказа от заключения договоров, контрактов и т.п.

Помимо общих подходов к экономической безопасности, на основе знаний закономерностей процессов, протекающих в обществе и его экономике, необходимо осуществление точечных мер воздействия со знаменитым правилом: нужное действие, в нужном месте, в нужное время. Все это могут обеспечить соответствующие кадры руководителей и специалистов, обладающих, помимо академических знаний и накопленного опыта, также талантом действовать в соответствии с определенным выше золотым правилом. Сегодня, главная проблема дальнейшего развития экономики России в целом, в том числе и динамичного обеспечения ее безопасности, заключается в ответе на вопрос «Что делать?», и в нахождении кадров, которые будут это делать.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гуреева М.А. Экономическая безопасность системы многоуровневого общественного воспроизводства в период глобальных трансформационных процессов. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2010.

2. Ларионов И.К. Социально-экономическая система российского общества. – М.: Союз, 1997.

3. Экономика России / коллектив авторов. – М.: Союз, 2000.

4. Брагин Н.И. Государство и рынок. – М.: Союз, 2001.

5. Примаков Е.М. Восемь месяцев плюс.... – М.: Мысль, 2001.

6. Ларионов И.К. Стратегия социального управления. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2004.

7. Стратегическое управление. / под ред. И.К. Ларионова. – М.: ИТК «Дашков и К°», 2014.

8. Буния А. Осень олигархов. История приватизации и будущее России. – ЭКСМО, 2004.

9. Львов Д.С. Вернуть народу ренту, резерв для бедных. – ЭКСМО, 2004.

10. В. Катасонов. Мировая кабала, ограбление по.... – М.: Алгоритм, 2015.

11. Экономическая система России, стратегия развития. / под ред. И.К. Ларионова, С.Н. Сильвестрова. М.: ИТК «Дашков и К°», 2014.

12. Гуреева М.А. Инновационное развитие предприятий наукоемкого сектора российской экономики. // Вопросы новой экономики. – 2012. – №1 (21). –С.54–62.

13. Гуреева М.А. Экономическая безопасность инновационного сектора экономики России. // Сибирская финансовая школа. – 2012. – №1. – С.135-139.

14. Гуреева М.А. Экономическая безопасность России в период либеральных рыночных реформ. // Экономические системы. 2012. – №4. – С.35-41.

M.A. Gureeva
Russian New University (Rosnou), Moscow

THE ECONOMIC SECURITY OF RUSSIA IN THE FACE OF WORSENING CONFRONTATION WEST

Abstract: changes in approaches to the economic security of Russia in a worsening its relations with Western countries, made and justified the need for the change of economy and economic policy of the State in line with building an integrated system of management, combining the planning and the market as a prerequisite for ensuring an integrated multi-level security social reproduction.

Key words: economic security, a State of confrontation, factor, system model, reproduction.

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА — АЛГОРИТМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ

Е.А.Ехлакова,
к.э.н., доцент ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА ТЕНЕВЫМ ЭКОНОМИЧЕСКИМ ОТНОШЕНИЯМ НА ОСНОВЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ СОБСТВЕННОСТИ

Аннотация: рассматриваются закономерности формирования социальных гарантий высокого уровня жизни личности.

Ключевые слова: государство, общество, труд, потребности, личность собственность, теневая экономика.

Государству жизненно необходимо оказывать действенное и эффективное воздействие на социально-экономические отношения собственности в русле:

– миссии и дерева целей той социально-экономической системы, которая действительно избрана народом страны в процессе его сознательного волеизъявления ;

– социально-экономической стратегии развития общества, которая должна последовательно корреспондировать с историческим выбором народа пути своего развития;

– необходимости решения текущих задач социально-экономического развития страны.

Воздействие государства на социально-экономические отношения собственности должно опираться на научно-обоснованные принципы, представляющие собой цельный комплекс. В основе этих принципов должна лежать теория формирования и развития отношений собственности, с учетом ее коррекции и уточнения в зависимости от того, каким образом отношения собственности развиваются в реальной действительности.

Автор, в виде единого комплекса, разработал принципы государственного регулирования социально-экономических отношений собственности. Эти принципы, совместно с их обоснованием, излагаются ниже.

Принцип 1 – научность. Государственное регулирование отношений собственности необходимо базировать на тщательно проработанной научной основе, при обеспечении системного подхода и интеграции наук.

Госрегулирование отношений собственности недопустимо строить на какой-нибудь доктрине (типа марксизма-ленинизма, рыночного либерализма). Его нельзя также осуществлять, исходя из субъективных представлений людей, допущенных к принятию решений в области воздействия государства на отношения собственности. Государственное регулирование собственности должно опираться на тщательно выверенную научную основу, которая должна определяться не узкой группой экономистов, выбранных властями по своему произволу, а ведущими научными коллективами страны с учетом:

– альтернативных концепций госрегулирования отношений собственности;

– системного подхода при решении соответствующих проблем государственного регулирования;

– интеграции наук, с привлечением к разработке вопросов госрегулирования отношений собственности не только экономистов и юристов, но и философов, политологов, социологов, специалистов в области естественных и технических наук.

Принцип 2 – государственность. Национально-государственные интересы страны должны лежать в основе госрегулирования отношений собственности.

В современную эпоху далеко не все режимы власти отражают национально-государственные интересы собственной страны. Во многих странах во главе государств стоят марионеточные правители, выполняющие волю их зарубежных хозяев. Такая ситуация стала типичной для стран Латинской Америки. Некоторые режимы власти частично выполняют волю контролирующих их зарубежных сил, а частично преследуют свои корыстные интересы, не проявляя заботы о национально-государственных интересах страны. В процессе приватизации госимущества в России периода радикальных рыночных реформ ее национально-государственные интересы оказались в полном пренебрежении. Более того, властью сознательно и довольно последовательно проводилась линия на то, что иностранцы должны обладать теми же самыми правами в приватизации госимущества, что и россияне, под предлогом глобализации экономики и ускоренного встраивания России в мировой рынок. И это в условиях тотальной распродажи госимущества за бесценок. В итоге такой приватизации Россия стала на порядок беднее, чем была до нее, а другие страны, прежде всего, США, а также международные спекулянты сказочно обогатились на российской приватизации.

Преследование идеологических установок общечеловеческих ценностей в мире, где ведущие страны, прежде всего, США преследуют свои национально-государственные интересы в варианте их ультра-эгоистичности и ультра-корыстности, с полным пренебрежением к национально-государственным интересам других стран, особенно слабых, равнозначно национальной измене – высшему преступлению против государства и его народа. Особенно недопустимо забвение национально-государственных интересов при формировании отношений собственности, ведь они должны строиться на десятилетия и даже на века, хотя в ряде случаев их необходимо пересматривать и во много раз быстрее, например, проводя коррекцию приватизации, проведенной в 90-х годах вопреки национально-государственным интересам России.

Принцип 3 – стабильность. В процессе госрегулирования отношений собственности, государство должно обеспечивать, по мере возможности и целесообразности, стабильность на длительный период времени.

Отношения собственности в обществе, в силу своей природы, должны носить стабильный характер, их нельзя изменять быстро, тем более из одной крайности в другую. Фундамент отношений собственности должен сохраняться ве-

ками. В России в XX веке этот фундамент был дважды разрушен, сначала большевиками-революционерами, а потом после его длительного и далеко неполного, к тому же деформированного восстановления, он вновь стал разрушаться революционным путем в ходе приватизации 90-х годов, но уже с другим крайним знаком – от сплошного обобществления в сплошной приватизации.

Примечательно, что многие лидеры «перестройки» и радикальных рыночных реформ явились прямыми потомками пламенных большевиков-революционеров. Например, известный глашатай перестройки Ю. Афанасьев – внучатый племянник Л.Д. Троцкого (Бронштейна), Е. Гайдар – получивший от Б.Н. Ельцина карт-бланш на управление экономикой страны и ее реформирование в духе рыночного либерализма по сценарию монетаризма – внук писателя Гайдара, который в 18 лет командовал красным полком. Когда ему сдалась белогвардейская часть, не из трусости, а чтобы избежать кровопролития в своем собственном народе, он приказал, на всякий случай, расстрелять всех офицеров.

При всей важности принципа стабильности, этот принцип должен осуществляться в сочетании с другими принципами, которые могут его ограничивать в определенном отношении. Так, неприемлемость с позиций национально-государственных интересов итогов приватизации 90-х годов не позволяет практически во всех случаях регулирования отношений собственности неукоснительно следовать этому принципу, хотя в ходе коррекции приватизации его необходимо, по мере возможности и целесообразности, соблюдать.

Принцип 4 – социальность. Улучшение состояния социальной сферы, повышение жизненного уровня населения, усиление социальной защищенности нуждающихся в этом его слоев, являются целевыми установками, которые необходимо учитывать в ходе государственного регулирования собственности.

Во всяком государственном регулировании отношений собственности необходимо учитывать его социальный аспект, прогнозировать и программировать социальные последствия изменений отношений собственности. Особое внимание должно быть обращено на социальную поддержку преобразованиям собственности, осуществляемым по инициативе государства. Эти преобразования не только не должны понижать жизненный уровень населения (как в России периода радикальных рыночных реформ), но и способствовать его неуклонному и притом существенному росту.

Принцип 5 – справедливость. Духовно-нравственный подход, обеспечение справедливости должны быть поставлены во главу угла госрегулирования отношений собственности, от этого никогда не следует отступать в угоду конъюнктурным факторам и соображениям.

Никакие аргументы не могут оправдать нарушение духовно-нравственных установок жизнедеятельности государства и общества в процессе регулирования отношений собственности. К тому же достаточно стабильными могут быть только такие институты собственности, лишь те нормативно-правовые секты по присвоению, владению, распоряжению, управлению, использованию ее объектами и приносимыми ими доходами, которые в полной мере соответствуют справедливости. Всякую собственность, присвоенную вопреки законам нравственности и справедливости, следует признать в своей сущности преступной, даже если она оформлена в соответствии с действующими нормативно-правовыми актами, которые, в таком случае, становятся преступными по существу. Тот факт, что режим государственной власти и принятые им законы могут быть, в принципе, преступными, уже давно признаны не только наукой, но и мировой общественностью, примером чему служит нацистская Германия.

Принцип 6 – эквивалентность и возмездность. Осуществление государством приватизации и национализации предприятий (организаций) должно сопровождаться денежными платежами за отчуждаемое имущество на основе их эквивалентности его реальной стоимости.

Любая национализация частных предприятий и организаций (за исключением созданных преступным путем или приватизированных по явно заниженным ценам) должна сопровождаться их выкупом у частных владельцев по их реальной стоимости. Аналогично, приватизация государственной собственности должна осуществляться по цене не ниже его реальной стоимости. Рыночная оценка имущества на текущий момент времени, будучи подвержена конъюнктурным факторам, может значительно отклоняться от реальной ценности (стоимости). Поэтому рыночная оценка приемлема далеко не всегда, к тому же, она нуждается в очищении от искажающего влияния конъюнктурных факторов.

Принцип 7 – эффективность. Госрегулирование отношений собственности должно быть нацелено на создание условий, обеспечивающих возможно более эффективное хозяйствование предприятий и организаций всех форм собственности с учетом отраслевой специфики.

Госрегулирование отношений собственности необходимо нацелить на обеспечение эффективной производственно-хозяйственной деятельности предприятий и организаций всех форм собственности, с учетом отраслевой специфики, поскольку в одних отраслях экономики эффективнее государственная собственность (например, в отраслях ТЭКа), а в других – частная или смешанная (например, в легкой промышленности).

Принцип 8 – народнохозяйственная оптимальность. Государству необходимо осуществлять регулирование отношений собственности с позиций народнохозяйственной оптимальности, с учетом того, какой вклад в прирост конечной для народного хозяйства продукции вносит деятельность предприятий и организаций всех отраслей экономики.

Недостаточно, чтобы отдельные предприятия работали эффективно. Нужно стремиться к такой ситуации, в которой взаимодействие всего множества предприятий давало наибольший синергетический эффект в масштабе народного хозяйства. Кроме того, конечный выход продукции в нем определяется наиболее узким звеном. На расшивку таких звеньев необходимо направлять значительные ресурсы, хотя в локальном отношении это может представляться недостаточно эффективным. Все эти моменты необходимо возможно полнее и последовательнее учитывать при госрегулировании отношений собственности.

Принцип 9 – экологичность. Государству необходимо регулировать отношения собственности таким образом, чтобы через это регулирование действенным образом способствовать экологическому возрождению природы и ведению людьми образа жизни, соответствующего объективным требованиям экологии человека.

По мере нарастания экологического кризиса, ведения людьми образа жизни, противоречащего самим основам экологии человека и природы, проблемы экологии приобретают все возрастающее значение. Государство должно воздействовать на их решения комплексным образом, используя при этом в числе мер воздействия госрегулирование отношений собственности.

Принцип 10 – открытость. Госрегулирование отношений собственности должно носить прозрачный, открытый характер, его общий курс и конкретные мероприятия должны разъясняться руководителями государства народу, оно должно подлежать контролю общественности.

Госрегулирование отношений собственности может быть успешным только при поддержке его народом. Этого невоз-

можно добиться без соответствующей разъяснительной работы. Кроме того, во избежание злоупотреблений, госрегулирование должно контролироваться общественностью.

Противодействие государства теневым экономическим отношениям в современной России нельзя признать действенным. Иначе и не может быть в условиях крайней деформированности отношений собственности, на порядок усилившейся в ходе приватизации 90-х годов, и при том, что государство, за редким исключением (например, дело ЮКОСА), не принимает до сих пор мер по оздоровлению отношений собственности.

Это оздоровление, по мнению автора, необходимо проводить по двум основным направлениям.

Направление 1 – коррекция проведенной приватизации и создание государственной системы регулирования отношений собственности, включающей в себя рычаги как приватизации, так и национализации, которые следует применять по мере целесообразности в русле стратегии социально-экономического развития общества и с учетом необходимости обеспечения на должном уровне стабильности отношений собственности, но так, чтобы динамичность и стабильность отношений собственности оптимальный образом сочетались друг с другом.

Направление 2 – формирование условий, обеспечивающих наиболее эффективное использование объектов собственности всех ее форм, что связано с созданием эффективного экономического механизма, в который должны быть вмонтированы действенные стимулы и санкции, нацеливающие субъектов производственно-хозяйственной деятельности на эффективное функционирование в разрезе всех уровней воспроизводственного процесса.

Давно назревшая коррекция приватизации должна устранить, прежде всего, наиболее отрицательно воздействующие на общество экономику перекосы:

– результаты безвозмездного присвоения национального богатства страны узким слоем лиц (коррумпированные руководители, дельцы теневого рынка, криминалитет, иностранцы, в числе которых явно преобладали разного рода спекулянты и агенты иностранных спецслужб);

– передачу в частную собственность тех предприятий и отраслей, которые по своей природе должны принадлежать государству (топливно-энергетический комплекс, ряд сырьевых отраслей, важные для жизнедеятельности общества и государства инфраструктурные объекты, оборонные предприятия и др.);

– перепрофилирование приватизированных предприятий и организаций, которое было осуществлено после их приватизации в явный ущерб оптимальности пропорций общественного воспроизводства, в том числе и в территориальном разрезе (например, в центральных районах крупных городов продовольственные магазины и точки бытового обслуживания, призванные обеспечивать потребности местного населения, были перепрофилированы в бары, рестораны, казино, ночные клубы, автосалоны и т.п., а население лишено возможности покупать продовольствие вблизи дома, пользоваться бытовыми услугами);

– использование предприятий и организаций, материально-техническая база которых была создана напряженным трудом многих поколений народа, в качестве объектов спекулятивной игры на фондовом рынке;

– пребывание предприятий и организаций во владении неэффективных собственников и в распоряжении и управлении неэффективных руководителей;

– внедрение во владение предприятиями криминалитета, его участие в дальнейшем переделе собственности;

– самоустранение государства от должного регулирования и контроля за производственно-хозяйственной деятельностью приватизированных предприятий и организаций, в том числе в вопросах обеспечения госстандартов качества продукции, соблюдения экологических параметров и т.д.

Подлинное противодействие теневой экономике, организованной преступности, коррупции государственного аппарата, охвативший высшие эшелоны власти, упирается в настоящее время в высшую политическую волю руководства страны, которая до сих пор должным образом не проявлена. Причин этому может быть несколько:

– боязнь многих руководителей бросить настоящий вызов преступному миру, теневой экономике и теневым экономическим отношениям;

– повязанность существенной части руководителей в коррупции, вплоть до полной интеграции, с оргпреступностью;

– отсутствие организованности, сплоченности, координации тех руководителей страны и правоохранительных органов, которые готовы объявить войну организованной преступности (иначе говоря, преступники и теневеки действуют сплоченными группами, а честные принципиальные борцы с преступностью выполняют свой гражданский долг, обычно, в одиночку);

– тот факт, что общественное сознание уже смирилось с разрастанием теневых экономических отношений, засилием организованной преступности;

– акцент на тактических, текущих задачах противодействия теневой экономике и криминалитету и практически отсутствие поисков стратегического, системного подхода решения проблемы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ехлакова Е.А. Собственность и труд – оптимизация воздействия государства по критерию повышения качества жизни: Монография/ Е.А. Ехлакова.– М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009.– 256 с.

E.A. Ekhlakova, Candidate of economics, associate professor, FSBEI HPE «Kazan state power engineering university»

COUNTERACTION OF THE STATE SHADOW ECONOMIC RELATIONS ON BASIS OF TRANSFORMATION OF RELATIONS OF PROPERT

Abstract (annotation): conformities to law of forming of social guarantees high level of life of personality are examined.

Key words: state, society, work, needs, personality property.

ЗАРУБЕЖНАЯ ЭКОНОМИКА

А.С. Трухин,
кандидат политических наук, политолог

ВЗАИМОВЫГОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО БРАЗИЛИИ СО СТРАНАМИ – ЧЛЕНАМИ ЕС

Аннотация. Статья посвящена разбору экономической ситуации в Бразилии, а также взаимодействию ЕС с этой южноамериканской страной. Автор акцентирует внимание на причинах кризисных явлений в Бразилии.

Ключевые слова: Бразилия, страны Евросоюза, МЕРКОСУР, финансовый кризис, торгово-экономическое сотрудничество.

В экономической сфере страны ЕС уделяют повышенное внимание сотрудничеству с Бразилией, крупнейшей стране южноамериканского континента, на которую приходится 33% совокупного экспорта ЕС в регион и 32% импорта (для сравнения, на занимающую второе место Мексику — 26% и 18% соответственно).

Вместе с тем сейчас Бразилия после нескольких лет энергичного развития столкнулась с серьезным финансово-экономическим кризисом. Болезненное восприятие населением этой ситуации усиливается неожиданностью перемен: еще в 2013 г. МВФ прогнозировал рост бразильской экономики как минимум на 4% ежегодно до 2018 г.[1] Руководство страны заявляет, что кризис породили проблемы глобального масштаба, вызвавшие резкое падение цен на бразильское сырье, включая железную руду и сою. По итогам текущего года правительство ожидает снижение национального ВВП на 1,8% при отрицательном сальдо госбюджета. На 2017 г. власти предполагают минимальный экономический рост (на 0,2%) и сохранение бюджетного дефицита (на уровне 0,5% ВВП)[2].

Некоторые независимые эксперты считают положение более серьезным и прогнозируют спад примерно на 3% в текущем году и рецессию в следующем (по разным оценкам, от минус 0,8% до минус 1,22%). Такой прогноз аргументируется тем, что внешний фактор — не единственная причина бразильских проблем. Зависимостью от сырьевого экспорта страдают и другие латиноамериканские страны, но у них сохраняется положительная динамика.

В Бразилии же главную роль сыграли внутренние причины, придавшие кризису не только экономический, но и политический характер. Необходимо указать на коррупцию, к которой в Бразилии годами относились как к простительному «грешку», и которая стала частью менталитета всей политической системы. Проблема обострилась с раскрытием в 2014 г. коррупционных схем в национальном нефтяном концерне Petrobras, нанесших, по оценке прокуратуры, прямой ущерб стране на сумму свыше 3 млрд долл. Относительно десятков фигурантов дела ведется следствие, часть лиц уже осуждена. Швейцарские банки в связи с расследованием дела Petrobras заморозили более сотни счетов бразильских граждан. Коррупционный скандал и его негативные политические последствия создали в Бразилии обстановку неопределенности, вызвавшую уход из страны инвесторов, падение внутренних биржевых индексов, а также курса национальной валюты — реала и в итоге — снижение международного рейтинга страны.

Бразильские политики заявляют, что положение усугубили невнятная экономическая политика бразильского президента Дилмы Руссефф и манипуляции процентными ставками, приведшие к росту инфляции. Вместе с тем обоснованные предложения президента по санации государственных финансов встретили противодействие Национального конгресса. При этом независимые эксперты считают обещания правительства стабилизировать положение выполнимыми лишь при условии одобрения парламентом мер экономии. А для этого необходима стабилизация внутриполитической ситуации, которая в условиях непрекращающихся попыток оппозиции добиться отстранения от власти президента Д. Руссефф остается непростой[3].

Тем не менее ряд специалистов считают нынешние трудности страны преодолимыми. Например, сопредседатель правления Deutsche Bank Юрген Фичен заявил в связи с недавним понижением Международным валютным фондом прогнозов развития мировой экономики в текущем и следующем годах из-за проблем развивающихся стран, что не видит серьезной опасности для глобальной конъюнктуры от ослабления экономических показателей новых индустриальных стран, в том числе Бразилии. Ожидания сползания мировой экономики в новый кризис преувеличены. Охлаждение делового климата в формирующихся рынках — отчасти нормальная корректировка их предыдущего перегрева. Эти страны возобновят рост, хотя и более слабыми темпами, чем ранее, считает Ю. Фичен[4].

Заметны серьезные усилия, предпринимаемые бразильским правительством для преодоления имеющихся сложностей. В подготовленных ими для Брюсселя рекомендациях обращается внимание на демонстрируемое президентом Д. Руссефф твердое намерение добиваться проведения соответствующих экономических реформ вопреки нежеланию парламента идти на жесткие меры бюджетной экономии. При этом страна обладает богатыми природными ресурсами и многоотраслевой экономикой, т. е. всей необходимой базой для возобновления экономического роста после осуществления реформ.

В этих условиях Евросоюзу следует предпринять шаги по активизации отношений с Бразилией, учитывая потенциал, которым она располагает. Конкретно предлагается расширить присутствие в стране европейского бизнес-сообщества; продвигать туда международные и европейские стандарты, особенно санитарные и фитосанитарные; оказать поддержку бразильскому малому и среднему бизнесу; уделить повышенное внимание сотрудничеству в тех сферах, где стране осо-

[1] Mueller A.P. In Brazil, Free-Market Ideas Rise as the Economy Falls // Mises Institute. 2015. October 5. — https://mises.org

[2] Brasilien sieht Etat-Defizit fur 2016 vor // On Vista. 2015. September 1. — http://www.onvista.de

[3] Glusing J. Wirtschaftlicher Abstieg Brasiliens: Jesus Maria... // Spiegel Online. 2015. Ok– tober 14. — http://www.spiegel.de

[4] Fitschen halt Sorge um Schwellenlander fur iibertrieben // Spiegel Online. 2015. Oktober 9. — http://www.spiegel.de

бенно необходимы реформы (управление, здравоохранение и образование, производство электроэнергии, распоряжение водными ресурсами). Учитывая, что Бразилия в силу своего членства в БРИКС и Группе-7 в ООН зачастую бывает для ЕС «сложным партнером» по ряду политических вопросов, предлагается также в ходе контактов с ее представителями уделять больше внимания проблемным темам, например, кризису на Украине, разъясняя бразильскому обществу позицию по ним Евросоюза.

Из европейцев наибольшую активность на бразильском направлении проявляют в последние месяцы немцы, для которых эта страна остается важнейшим деловым партнером в регионе. При товарообороте в 19,6 млрд евро (2014 г.) положительное сальдо двустороннего торгового баланса составило 7,2 млрд евро в пользу Германии. Констатируя эту несбалансированность, МИД ФРГ одновременно обращает внимание на разработанный в Бразилии летом 2016 г. новый экспортный план, предусматривающий меры по облегчению выхода бразильских товаров на внешние рынки, упрощению финансирования, гарантирования и налогообложения экспортных операций национальных компаний[28].

Несмотря на нынешний кризис в Бразилии, канцлер ФРГ Ангела Меркель видит «новые шансы» развития торговли с ней. Это, по оценке наблюдателей, имеет символическое значение: Бразилия тем самым подключена к небольшой группе стран, с которыми Германия желает поддерживать особо тесные отношения. Взаимные правительственные визиты в расширенном составе ФРГ практиковала пока лишь с Францией, Италией, Польшей, Китаем, Индией и Израилем. Консультации с Россией не проводятся из-за украинского конфликта. Обратили также на себя внимание высказанные в этот период членами немецкого правительства благожелательные оценки возможностей Бразилии как торгового и инвестиционного партнера ФРГ, роли страны как стабилизирующего фактора в регионе и даже в вопросе «выживания планеты» благодаря бразильской сельве, являющейся «легкими Земли», и водным ресурсам[1].

По итогам последнего визита президента Бразилии в Германию принято многостраничное совместное заявление о намерении развивать сотрудничество в различных областях — наука и технологии, образование и культура, здравоохранение и спорт, торговля, инвестиции и финансы, энергетика, вопросы глобальной политики и т. п. Однако, в документе преобладают пункты декларативного содержания. Наиболее конкретными договоренностями представляются заявленная готовность Берлина предоставить бразильцам финансовую помощь в размере 551,5 млн евро на проекты по сохранению тропического леса и развитие возобновляемой энергетики, а также намерение наращивать усилия по заключению соглашения о свободной торговле между южноамериканским общим рынком МЕРКОСУР и ЕС.

Немецкие специалисты объясняют оживление Берлином контактов с Бразилиа действием следующих факторов:

Экономика.

С бразильским рынком связаны около 1400 германских фирм. Ряд из них (в том числе концерны Thyssen-Krupp и Mercedes-Benz) в последнее время несут там убытки.

Россия.

Бразилия как член БРИКС имеет в ее рамках влияние на Россию. В условиях продолжающегося украинского кризиса Д. Руссефф могла бы способствовать «наведению мостов» с руководством РФ.

Влияние третьих сил.

В то время как Южная Америка играет для ЕС второстепенную роль, на континенте активно действует и крупно инвестирует Китай. Это угрожает Германии потерей там рынков сбыта.

Климат.

Бразилия как пятая по величине страна мира и посредник между развивающимися и индустриальными государствами может играть ключевую роль в обсуждении связанных с климатом проблем.

Информационные технологии.

Берлин и Бразилиа выступают, в том числе в ООН, за расширение защиты киберпространства и обеспечение права на частную сферу в Интернете. Это подразумевает необходимость проработки проблемы в двустороннем формате.

Со своей стороны, Германия предлагает продукцию и услуги своих передовых отраслей, а также сотрудничество в форме объединения немецких технологий с бразильскими ресурсами. В частности, Федеральный союз германской промышленности (BDI) демонстрирует готовность оказывать помощь в модернизации экономики Бразилии предоставлением ей современных технологий и ноу-хау. Как заявил накануне открытия 33-го по счету мероприятия «Германо-бразильские экономические дни» (прошедшего под девизом «Сотрудничество для преодоления вызовов») президент BDI Ульрих Грилло, будущее Бразилии зависит от способности ее промышленности развивать инновационное производство. Германская экономика готова помочь ей в этом, в частности в рамках своей новой концепции Industrie 4.0, суть которой сводится к рывку в промышленном производстве за счет конвергенции промышленности и информационных технологий. Такому направлению двустороннего сотрудничества способствует «обнадеживающий» диалог BDI с Конфедерацией промышленности Бразилии. Но предварительно, как подчеркнул У. Гилло, Бразилиа должна провести необходимые реформы для повышения доверия инвесторов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Mueller A.P. In Brazil, Free-Market Ideas Rise as the Economy Falls // Mises Institute. 2015. October 5. — https://mises.org

2. Brasilien sieht Etat-Defizit fur 2016 vor // On Vista. 2015. September 1. — http://www.onvista.de

3. Glusing J. Wirtschaftlicher Abstieg Brasiliens: Jesus Maria... // Spiegel Online. 2015. Ok– tober 14. — http://www.spiegel.de

4. Fitschen halt Sorge um Schwellenlander fur iibertrieben // Spiegel Online. 2015. Oktober 9. — http://www.spiegel.de

5. Brasilien Wirtschaft // Ausw&rtiges Amt. 2015. August.— http://www.auswaertiges-amt.de

Trukhin Alexander Sergeevich

MUTUALLY BENEFICIAL COOPERATION OF BRAZIL WITH THE COUNTRIES-EU MEMBERS

Abstract. The article focuses on analysis of the economic situation in Brazil, as well as cooperation between EU and this South American country. The author pays special attention to the causes of the crisis in Brazil.

Key words: Brazil, European Union, MERCOSUR, the financial crisis, trade and economic cooperation

[1] Brasilien Wirtschaft // Ausw&rtiges Amt. 2015. August.— http://www.auswaertiges-amt.de

Журнал «Экономические системы» ориентирован на активный диалог с заинтересованными читателями на предмет:

- поиска тем, идей, концепций, статей, инновационных проектов, которые могли бы быть освещены на страницах журнала;
- приглашения к активному участию в дискуссионном клубе по актуальным проблемам современной экономики, который будет регулярно собираться в форме круглого стола;
- подбора студентов, аспирантов и докторантов с последующим участием их в работе Института экономики РАН, Московского технологического университета и других организаций;
- внедрения в российскую экономику инноваций при содействии государственных и предпринимательских структур, с которыми активно сотрудничает журнал.

Требования к рукописям статей

В редакцию предоставляются статьи и аннотация в двух экземплярах, подписанные авторами, с указанием ФИО, ученой степени и ученого звания, почтового адреса, адреса e-mail (обязательно), номера телефона.

К распечатке прикладывается электронная версия на жестком носителе с текстом и иллюстративным материалом.

Аннотация должна содержать краткие сведения, дающие представление о цели, содержании статьи и важнейших результатах.

В статье следует выделить список ключевых слов, не превышающих 10, которые отражают основную тематику.

Объем рукописи от 6 до 20 стр. (формат А4), включая рисунки, таблицы и прочий иллюстративный материал.

Текст статьи должен быть выполнен в текстовом редакторе Word (версии 97/2000, XP или последующие). Статья должна быть набрана шрифтом 14 кегля через 1,5 интервала, абзац отделяется одним маркером конца абзаца.

Название статьи должно быть кратким (не больше 10 слов) и ясным, соответствующим целям исследования.

Все рисунки должны быть выполнены в соответствии с ГОСТ, последовательно пронумерованы, иметь подрисуночные надписи. Кроме этого, желательно предоставить весь иллюстративный материал в отдельных файлах исходного формата, причем имя файла должно указывать номер рисунка в тексте.

Таблицы должны быть последовательно пронумерованы и иметь краткие заголовки.

В статье должна применяться Система международных единиц (СИ).

Список литературы оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003, располагается в конце статьи с указанием ФИО автора и источника, названия, наименования издания, места и года выпуска, номера тома, количества страниц в книге и перечня страниц в журнале.

Статья может быть прислана в редакцию по электронной почте, в этом случае распечатка не требуется.

Фамилии авторов, названия организаций, название статьи и аннотация должны быть представлены на русском и английском языках.

Журнал «Экономические системы» зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации средств массовой информации ПИ № ФС77-48713 от 28 февраля 2012 г.

Журнал входит в национальную информационно-аналитическую систему — Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

Журнал распространяется по подписке. Подписной индекс: 41049 — каталог «Пресса России»

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ № 2 - 2016

Научный журнал

Подписано в печать 08.06.2016. Формат 60×84/1/8. Бумага офсетная № 1.
Печать офсетная. Усл. п.л. 8. Тираж 1000 экз. Заказ

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»
129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732
Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 183-93-23
E-mail: sales@dashkov.ru — отдел продаж;
office@dashkov.ru — офис; http://www.dashkov.ru

Отпечатано: Публичное акционерное общество
«Т8 Издательские Технологии»
109316, Москва, Волгоградский проспект, дом 42, корпус 5
Тел.: 8 (499) 322-38-30