

**ЭКОНОМИЧЕСКОГО
НАУЧНОГО ОБЩЕСТВА
СТУДЕНТОВ И АСПИРАНТОВ**



№ 32

***OF STUDENTS' ECONOMIC
SCIENTIFIC SOCIETY***

*Научные работы студентов – победителей
IX Санкт-Петербургского открытого конкурса
им. профессора В.Н. Вениаминова на лучшую студенческую
научную работу по экономике, управлению и информатике
в экономической сфере*

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2011

ББК 65

В 38

Межвузовский студенческий научный журнал

Учредители: Международный банковский институт (МБИ)

Международная академия наук высшей школы (МАН ВШ)

Учрежден 7 мая 2002 г.



Редакционная
коллегия:

Дервянко Ю.Д. – *главный редактор журнала*, ректор МБИ
член-корреспондент МАН ВШ, к.э.н.

Изранцев В.В. – *зам. главного редактора*, ученый секретарь
Санкт-Петербургского отделения МАН ВШ, д.т.н., профессор

Зайцева И.Г. – *ответственный редактор выпуска*, к.э.н.

Захаров И.Н. – к.т.н., доцент

Фаттахов В.В. – к.т.н., доцент

Бургонова Г.Н. – к.э.н., профессор

Высоцкий Ю.В. – д.филос.н., профессор

Кузютин Д.В. – к.ф.-м.н., доцент

Макарова Н.В. – д.пед.н., профессор

Марков Я.Г. – к.т.н.

Павлова И.П. – д.э.н., профессор

Пивоваров С.Э. – д.э.н., профессор

Погорлецкий А.И. – д.э.н., профессор

Погостинская Н.Н. – д.э.н., профессор

Попова Е.М. – д.э.н., профессор

Стишкова Л.И. – к.ф.н., доцент

Утевский А.С. – д.э.н.

Ястребова М.А. – к.ф.н., директор Центра организации НИР,
научный руководитель НИРС

Журавлев А.Е. – председатель Совета ЭНОС, студент МБИ

Вестник экономического научного общества студентов и аспирантов № 32 // Межвузовский студенческий научный журнал. Bulletin of students' economic scientific society. № 32 / Под редакцией к.э.н. И.Г. Зайцевой – СПб.: Изд-во МБИ, 2011. – 235 с.

ISBN 978-5-4228-0005-6

Настоящий выпуск Вестника ЭНОС представляет научные работы студентов – дипломантов IX Санкт-Петербургского открытого конкурса им. профессора В.Н. Вениаминова на лучшую студенческую научную работу по экономике, управлению и информатике в экономической сфере, проведенного Комитетом по науке и высшей школе Санкт-Петербурга и Международной академией наук высшей школы. Организатор Конкурса – Международный банковский институт.

В данном сборнике представлены работы, награжденные дипломами I степени.

Сборник предназначен для студентов и аспирантов экономических вузов.

ISBN 978-5-4228-0005-6

© АНО ВПО «МБИ», 2011

ВЫПИСКА

из решения конкурсной комиссии IX Санкт-Петербургского открытого конкурса им. профессора В.Н. Вениаминова на лучшую студенческую научную работу по экономике, управлению и информатике в экономической сфере (с международным участием)

Санкт-Петербург

25 января 2011 г.

Конкурсная комиссия в составе:

Максимов Андрей Станиславович председатель Комитета по науке и высшей школе Правительства Санкт-Петербурга, член-корреспондент МАН ВШ, к.т.н., доцент	Сопредседатель
Деревянко Юрий Джанович ректор Международного банковского института, член-корреспондент МАН ВШ, к.э.н.	Сопредседатель
Максимцев Игорь Анатольевич ректор Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, председатель Санкт-Петербургского отделения МАН ВШ, действительный член МАН ВШ, д.э.н., профессор	Сопредседатель
Изранцев Виталий Васильевич проректор по научной работе Международного банковского института, ученый секретарь Санкт-Петербургского отделения МАН ВШ, действительный член МАН ВШ, д.т.н., профессор	Научный руководитель конкурса
Ястребова Майя Александровна директор Центра организации НИР Международного банковского института, к.ф.-м.н.	Ответственный секретарь комиссии

Члены комиссии

Белюсова Людмила Алексеевна профессор кафедры общей экономической теории Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, д.э.н., профессор	
Будагов Артур Суренович декан экономического факультета Санкт-Петербургского государственного университета аэрокосмического приборостроения, к.ф.-м.н., доцент	
Бургонова Галина Николаевна заведующий кафедрой бухгалтерского учета, анализа и статистики Международного банковского института, к.э.н., профессор	
Волкова Виолетта Николаевна профессор Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, действительный член МАН ВШ, д.э.н., профессор	
Гришин Петр Васильевич профессор кафедры прикладной информатики Международного банковского института, член-корреспондент МАН ВШ, к.т.н., профессор	

Зайцева Ирина Геннадьевна

заместитель заведующего кафедрой банковского дела по научной работе, научный редактор межвузовского студенческого научного журнала «Вестник ЭНОС», к.э.н., доцент

Истомин Евгений Петрович

заведующий кафедрой прикладной информатики в экономике Российского государственного гидрометеорологического университета, д.т.н., профессор

Кальварский Георгий Владимирович

доцент кафедры теории кредита и финансового менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета, к.э.н., доцент

Каморджанова Наталия Александровна

проректор по учебной работе Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета, заведующий кафедрой бухгалтерского учета и аудита, действительный член МАН ВШ, д.э.н., профессор

Кричевский Михаил Лейзерович

профессор кафедры антикризисного управления Международного банковского института, член-корреспондент МАН ВШ, д.т.н., профессор

Кузютин Денис Вячеславович

проректор по инновационно-методической работе Международного банковского института, заведующий кафедрой математических методов исследования экономики, член-корреспондент МАН ВШ, к.ф.-м.н., доцент

Лебедева Татьяна Владимировна

декан факультета международных и магистерских программ Международного банковского института, член-корреспондент МАН ВШ, к.э.н., профессор

Марков Яков Григорьевич

заведующий кафедрой ценных бумаг и инвестиций Международного банковского института, к.т.н.

Некрасова Татьяна Петровна

декан факультета экономики и финансов Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, член-корреспондент МАН ВШ, д.э.н., профессор

Павлова Ирина Петровна

заведующий кафедрой экономической теории Международного банковского института, действительный член МАН ВШ, д.э.н., профессор

Погорлецкий Александр Игоревич

заведующий кафедрой мировой экономики Международного банковского института, д.э.н., профессор

Погостинская Нина Николаевна

заведующий кафедрой финансов Международного банковского института, действительный член МАН ВШ, д.э.н., профессор

Попова Екатерина Михайловна

заведующий кафедрой банковского дела Международного банковского института, действительный член МАН ВШ, д.э.н., профессор

Сидненко Татьяна Ивановна

начальник отдела научной политики и инноваций в сфере науки и образования Комитета по науке и высшей школе Санкт-Петербурга, д.и.н., профессор

Хутиева Елена Сергеевна

доцент кафедры менеджмента и маркетинга Международного банковского института, к.т.н., доцент

Журавлев Андрей Евгеньевич

председатель Совета экономического научного общества студентов Международного банковского института, студент 4 курса,

рассмотрев конкурсные работы заключительного тура, отмечает рост популярности Конкурса в вузах РФ, расширение географии его участников, преимущественно высокие актуальность и качество студенческих научных работ.

В Конкурсе 2010 года приняли участие 272 человека (254 работы), представляющих 4 государства, 10 городов, 24 вуза.

Комиссия приняла следующее

РЕШЕНИЕ:

1. Признать победителями конкурса, наградить памятными подарками и дипломами I степени:

- **Билько А.С.**, студентку Санкт-Петербургского юридического института (филиала) Академии Генеральной прокуратуры РФ за работу «Экономический анализ индивидуального преступного поведения», научный руководитель – Колесников В.В., д.э.н., профессор

- **Борисову Е.В.**, студентку Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Развитие инновационной экономики в условиях модернизации», научный руководитель – Попов А.И., д.э.н., профессор

- **Бычкова А.А.**, студента Тульского филиала Российского государственного торгово-экономического университета за работу «Принятие решения о покупке сложной бытовой техники в условиях многокритериального выбора», научный руководитель – Якушин Д.И., к.т.н., доцент

- **Гончарову Н.А.**, студентку Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Проблемы и перспективы использования механизма государственно-частного партнерства в развитии транспортной инфраструктуры России», научный руководитель – Бородулина С.А., к.э.н., доцент

- **Динмухаметову В.Н.**, студентку Международного банковского института за работу «Влияние социально-экономических факторов на число эмигрантов», научные руководители – Кузютин Д.В., к.ф.-м.н. доцент; Панкратова Я.Б., ст. преподаватель

- **Дыбкину Е.А.**, магистранта Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Учет коммерческих расходов в организации», научный руководитель – Гульпенко К.В., к.э.н., профессор

- **Журавлеву З.С.**, студентку Тульского филиала Российского государственного торгово-экономического университета за работу «Роскошь, демонстративное потребление и гламур: история и современность», научный руководитель – Ростовцева Л.И., д.социол.н., доцент

- **Калину Е.П.**, студентку Международного банковского института за работу «Ипотечное кредитование и рынок жилой недвижимости», научный руководитель – Павлова И.П., д.э.н., профессор

- **Кима А.В.**, студента Кузбасского государственного технического университета за работу «Информационно-вычислительная система для контроля выработки и управления потреблением коксового газа», научный руководитель – Пимонов А.Г., д.т.н., профессор
- **Моисеева К.Я.**, студента Международного банковского института за работу «Анализ современной практики оценки достаточности капитала органами банковского надзора», научный руководитель – Харитонов А.П., к.э.н., доцент
- **Мороз В.С.**, студентку Тульского филиала Российского государственного торгово-экономического университета за работу «Оценка VaR, SaR и EaR инвестиционного портфеля акций методом Монте-Карло», научный руководитель – Якушин Д.И., к.т.н., доцент
- **Никитинскую Е.С.**, студентку Международного банковского института за работу «Банковский Интернет-маркетинг», научный руководитель – Карпова Т.С., к.т.н., профессор
- **Орлову А.В.**, магистранта Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Финансовая отчетность как базовая составляющая информационной прозрачности деятельности компании», научный руководитель – Абдалова Е.Б., к.э.н., доцент
- **Рыжкову Е.М.**, студентку Международного банковского института за работу «La cooperation economique Franco – Russe dans le cadre de l'annee croisee 2010», научный руководитель – Артемьева И.Н., к.ф.н., доцент
- **Хохрякову Е.М.**, студентку Международного банковского института за работу «Сценарии развития „карточного” рынка», научный руководитель – Зайцева И.Г., к.э.н., доцент

2. Наградить дипломами II степени студентов:

- **Агальцову Г.С.**, студентку Санкт-Петербургской академии управления и экономики за работу «Анализ мирового и российского рынков слияний и поглощений на современном этапе», научный руководитель – Соколова Ю.А., к.э.н., доцент
- **Алексеева Д.О.**, студента Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Рынок ценных бумаг Российской Федерации: состояние, проблемы, тенденции», научный руководитель – Харченко Л.П., к.э.н., доцент
- **Башлыкова И.В.**, студента Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Анализ факторов, содействующих и противодействующих развитию таможенного союза России и Казахстана», научный руководитель – Морунова Г.В., к.э.н., доцент
- **Влеско Ю.Ю., Волкову Е.А., Филимонову Н.С.**, студентов Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Эконометрический анализ различий норм сбережения в российских регионах», научный руководитель – Ущев Ф.А., к.э.н., доцент

- **Гаманина И.А.**, студента Санкт-Петербургского юридического института (филиала) Академии Генеральной прокуратуры РФ за работу «Приватизация государственных и муниципальных предприятий в России. Правовые и экономические последствия. Проблемы и пути их решения», научный руководитель – Колесников В.В., д.э.н., профессор
- **Голод С.А.**, студентку Международного банковского института за работу «Источники финансирования террористических организаций Ближнего Востока», научный руководитель – Давыденко Е.В., к.э.н., доцент
- **Голубкову В.В.**, студентку Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Учет операций с векселями: история и современность», научный руководитель – Кууск Ю.В., ст. преподаватель
- **Голятину Е.Е.**, студентку Международного банковского института за работу «Влияние различных факторов на количество ДТП по регионам Российской Федерации», научные руководители – Кузютин Д.В., к.ф.-м.н., доцент; Панкратова Я.Б., ст. преподаватель
- **Гунчину А.В., Демидову К.К.**, студентов Международного банковского института за работу «Адаптивные алгоритмы в задачах антикризисного управления», научный руководитель – Кричевский М.Л., д.т.н., профессор
- **Ермакову А.О., Климашову Е.Г.**, студентов Санкт-Петербургского государственного технологического университета растительных полимеров за работу «Экономическая модель России: какой ей быть», научный руководитель – Чернова В.Э., к.э.н., доцент
- **Жаворонкову К.В.**, магистранта Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Отраслевые аспекты учета и анализа затрат на предприятиях общественного питания», научный руководитель – Переверзева Л.В., к.э.н., доцент
- **Коцюбу И.И.**, студентку Киевского национального экономического университета им. Вадима Гетьмана за работу «Формирование модели развития украинского рынка ценных бумаг: проблемы и перспективы», научный руководитель – Краснова И.В., к.э.н., доцент
- **Кулакову Е.М.**, студентку Международного банковского института за работу «Фиктивное и преднамеренное банкротство в России», научный руководитель – Филатов Д.Б., ст. преподаватель
- **Куприну О.А.**, студентку Кузбасского государственного технического университета за работу «Уровень жизни в Кемеровской области: докризисный и послекризисный период», научный руководитель – Шутько Л.Г., к.э.н., доцент
- **Лазовскую Т.А.**, магистранта Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Учет расходов на управление организацией», научный руководитель – Гульпенко К.В., к.э.н., профессор
- **Леонтьеву Е.Ю.**, студентку Международного банковского института за работу «Визуальные конструкторы для отображения реляционных баз данных в классы объектно-ориентированных языков (LINQ to SQL)», научный руководитель – Богословская Н.В., к.т.н., доцент

- **Матушко А.А.**, студента Полесского государственного университета за работу «Особенности безработицы и направления регулирования занятости в Республике Беларусь», научный руководитель – Ксензова В.Э., к.э.н., доцент
- **Мельничук В.Ю.**, студентку Полесского государственного университета за работу «Стратегические направления трансформации финансовой отчетности банковской системы республики Беларусь при переходе на международные стандарты финансовой отчетности», научный руководитель – Жоголь Т.В., ассистент кафедры
- **Михлина А.В.**, магистранта Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Определение стоимости культурных ценностей», научный руководитель – Пузыня Н.Ю., к.э.н., профессор
- **Морозова Н.С.**, студента Кузбасского государственного технического университета за работу «Информационно-аналитическая система оценки уровня согласованности экономических интересов субъектов промышленной политики региона», научный руководитель – Пимонов А.Г., д.т.н., профессор
- **Огородникову Ю.В., Яремко В.В.**, студентов Полесского государственного университета за работу «Инновационная деятельность: проблемы и перспективы ее воздействия на экономику (на примере Украины и Республики Беларусь)», научный руководитель – Чернорук С.В., ассистент кафедры
- **Печур В.А.**, студентку Полесского государственного университета за работу «Оценка уровня комплексного использования производственных ресурсов как метод оценки уровня конкурентоспособности предприятия», научный руководитель – Зборина И.М., ассистент кафедры
- **Рыжкову Е.М.**, студентку Международного банковского института за работу «Анализ и оценка инвестиционной привлекательности компании (на примере фармацевтической компании «Санофи-Авентис»)», научный руководитель – Погостинская Н.Н., д.э.н., профессор
- **Стельмах Т.В.**, студентку Международного банковского института за работу «Разработка интернет-портала ТСЖ», научный руководитель – Гришин П.В., к.т.н., доцент
- **Федосову А.М.**, студентку Международного банковского института за работу «Интернет-банкинг как перспективное направление развития банковских услуг», научный руководитель – Попова Е.М., д.э.н., профессор
- **Хитрову Н.А.**, студентку Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Влияние мирового финансово-экономического кризиса на промышленную отрасль Российской Федерации», научный руководитель – Шведова Н.Ю., к.э.н., доцент
- **Хлобыстова А.А.**, студента Международного банковского института за работу «Основные проблемы и пути развития сельского хозяйства России», научный руководитель – Давыдова И.В., к.э.н., профессор
- **Чабана Ю.З.**, студента Львовского института банковского дела Университета банковского дела Национального банка Украины за работу «Геостратегическое положение Украины», научный руководитель – Пухыр С.Т., к.э.н., доцент

- **Шарунову В.А., Лашина И.С.**, студентов Санкт-Петербургского государственного университета (Высшая школа экономики) за работу «Эффективность ИТ-аутсорсинга (на примере российской отрасли веб-дизайна)», научный руководитель – Красильников А.А., ст. преподаватель

3. Наградить дипломами III степени студентов:

- **Алексеева О.А.**, магистранта Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Экономический анализ нематериальных активов», научный руководитель – Переверзева Л.В., к.э.н., доцент

- **Бергут Т.А.**, студентку Санкт-Петербургской академии управления и экономики за работу «Проблемы и перспективы развития лизинга в России», научный руководитель – Румянцева А.Ю., к.э.н., доцент

- **Бойко К.Г., Никифорова М.П.**, студентов Кузбасского государственного технического университета за работу «Экспертная система для выявления групп риска и прогнозирования исхода беременности», научный руководитель – Пимонов А.Г., д.т.н., профессор

- **Большакову А.С.**, студентку Международного банковского института за работу «Основные особенности управления доходами в гостиничном бизнесе», научный руководитель – Трофимова Н.Н., к.э.н., доцент

- **Бондареву В.Ю.**, студентку Полесского государственного университета за работу «Розничный бизнес в республике Беларусь: состояние, проблемы, перспективы развития», научный руководитель – Чернорук С.В., ассистент кафедры

- **Васильеву А.М.**, студентку Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Формирование информации о собственном капитале организации», научный руководитель – Ткачук Н.В., к.э.н., доцент

- **Глушечкову М.И., Землянью Н.А.**, студенток Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Прогнозирование основных тенденций социально-экономической динамики с использованием моделей линейной функции комплексного аргумента», научный руководитель – Светульников С.Г., д.э.н., профессор

- **Гоголь Е.В., Гоголь А.В.**, студенток Международного банковского института за работу «Аудиторский контроль: значение, виды, сравнительная характеристика», научный руководитель – Горбадей Н.С., к.э.н., доцент

- **Годяеву Н.А.**, студентку Международного банковского института за работу «„Ростелеком“: прошлое, настоящее и будущее телекоммуникационных услуг в России», научный руководитель – Яковлев А.Н., к.э.н., доцент

- **Голикову А.С., Цымбалюк А.Ф.**, студенток Полесского государственного университета за работу «Проблемы кредитования малого бизнеса на примере Украины и Беларуси», научный руководитель – Чернорук С.В., ассистент кафедры

- **Горбунову Ю.А., Кузину М.В.**, студенток Тульского филиала Российского государственного торгово-экономического университета за работу «Комплексная методика оценки качества сервиса в сфере телекоммуникаций», научный руководитель – Митяева О.А., ст. преподаватель

- **Грибик А.Ю., Халимову А.С.**, студенток Тульского филиала Российского государственного торгово-экономического университета за работу «Проблемы внедрения Международных стандартов в России», научный руководитель – Сорвина О.В., к.т.н., доцент
- **Давыдову Ю.А.**, студентку Международного банковского института за работу «Имитационная модель процесса подключения клиента к подсистеме «Банк-Клиент»», научный руководитель – Титова Ю.Ф., к.пед.н., доцент
- **Двалишвили Т.Э., Егорову Е.С.**, студенток Международного банковского института за работу «Современное состояние и проблемы НГК на примере Томской области», научный руководитель – Трофимова Н.Н., к.э.н., доцент
- **Дрожжину А.А.**, студентку Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Теория диффузии инноваций Т. Хэгерстранда и ее использование в региональных исследованиях», научный руководитель – Файбусович Э.Л., д.г.н., профессор
- **Запорожченко К.А.**, студентку Российского университета дружбы народов за работу «Внешняя торговля внутри Европейского Союза после расширения», научный руководитель – Жилкин О.Н., к.э.н., доцент
- **Илюшину Е.А.**, студентку Полесского государственного университета за работу «Управление корпоративной клиентской базой банка», научный руководитель – Хрусь Е.А., ассистент кафедры
- **Казадаеву Я.С.**, студентку Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Меры регулирования движения капитала как фактор обеспечения экономической безопасности России», научный руководитель – Герман Л.А., к.э.н., доцент
- **Карандееву К.И.**, студентку Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева за работу «Совершенствование системы регулирования банковской деятельности Республики Казахстан в условиях кризиса», научный руководитель – Лашкарева О.В., к.э.н., доцент
- **Кирничук К.А., Биляс О.С.**, студенток Полесского государственного университета за работу «Уровень благосостояния населения: проблемы и перспективы в Украине и Республике Беларусь», научный руководитель – Чернорук С.В., ассистент кафедры
- **Копаневу О.Д.**, студентку Международного банковского института за работу «Нематериальные активы негосударственных медицинских учреждений как стратегия их выживания и развития», научный руководитель – Яковлев А.Н., к.э.н., доцент
- **Корнева Я.А.**, студента Международного банковского института за работу «Оценка источников финансирования инвестиционного проекта», научный руководитель – Погостинский Ю.А., д.э.н., профессор
- **Куличкову Е.Д.**, студентку Международного банковского института за работу «Инновационная деятельность предприятия на примере компании Yota», научный руководитель – Камышова А.Б., к.э.н., доцент
- **Курохтина А.В.**, студента Кузбасского государственного технического университета за работу «Проблемы трудоустройства выпускников вузов в Кузбассе», научный руководитель – Самородова Л.Л., к.э.н., доцент

- **Матюхину И.П.**, студентку Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Формализация корпоративной культуры в целях управления отрицательной мотивацией (на примере ОАО «Пивоваренная компания «Балтика»)», научный руководитель – Трифонова Н.В., к.э.н., доцент
- **Миронову А.В.**, студентку Международного банковского института за работу «Банки с иностранным капиталом: влияние на устойчивость банковской системы и конкуренции в сфере кредитования», научный руководитель – Люкевич И.Н., к.э.н., профессор
- **Михайлову К.В.**, студентку Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Международное сотрудничество в решении экологических проблем в начале XXI века», научный руководитель – Синова И.В., к.и.н., доцент
- **Мосину А.А., Притчину О.С.**, студентов Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Особенности учета услуг по лизингу персонала», научный руководитель – Ольховская О.А., к.э.н., доцент
- **Нагорную О.В.**, студентку Международного банковского института за работу «Инвестиционный проект: оценка и анализ», научный руководитель – Погостинская Н.Н., д.э.н., профессор
- **Немчинову Л.П., Панкратову Д.И.**, студентов Международного банковского института за работу «Оценка риска при выдаче кредита физическому лицу на основе программного обеспечения MatLab», научные руководители – Карпова Т.С., к.т.н., профессор, Кричевский М.Л., д.т.н., профессор
- **Новакович К.С.**, студентку Международного банковского института за работу «Особенности регулирования деятельности торговых сетей в России», научный руководитель – Яковлев А.Н., к.э.н., доцент
- **Осипову Т.М.**, студентку Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Признание прибыли текущего года: российская практика и опыт МСФО», научный руководитель – Ткачук Н.В., к.э.н., доцент
- **Пешкову Е.В.**, студентку Липецкого государственного технического университета за работу «Современные системы калькулирования себестоимости: преимущества и недостатки», научный руководитель – Гудович Г.К., к.э.н., доцент
- **Попову Е.В.**, студентку Международного банковского института за работу «Финансовый левэридж в управлении структурой капитала (на примере ОАО «Северо-Западный Телеком»)», научный руководитель – Погостинская Н.Н., д.э.н., профессор
- **Рухлину А.Г.**, студентку Международного банковского института за работу «Динамика развития благотворительности в США и в России», научный руководитель – Павлова И.П., д.э.н., профессор
- **Скробкова Д.В.**, студента Международного банковского института за работу «Проблемы российского автопрома на примере АвтоВАЗа», научный руководитель – Павлова И.П., д.э.н., профессор
- **Солодкую В.О.**, студентку Международного банковского института за работу «Исследование влияния ряда факторов на количество завоеванных медалей на

Летних Олимпийских играх», научные руководители – Кузютин Д.В., к.ф.-м.н., доцент; Панкратова Я.Б., ст. преподаватель

- **Тимейчука В.В.**, студента Полесского государственного университета за работу «Оценка влияния фактора земельной собственности на развитие сельского хозяйства Беларуси и Украины», научный руководитель – Чернорук С.В., ассистент кафедры

- **Хохрякову Е.М.**, студентку Международного банковского института за работу «Анализ развития рынка пластиковых карт в России с использованием моделирования на SQL-языке», научный руководитель – Карпова Т.С., к.т.н., профессор

- **Циулеву О.Д.**, студентку Международного банковского института за работу «Социальная политика России: субсидии на обслуживание жилья», научный руководитель – Яковлев А.Н., к.э.н., доцент

- **Цяпа А.В.**, студента Львовского института банковского дела Университета банковского дела Национального банка Украины за работу «Адаптивные модели краткосрочного прогнозирования временных рядов валютных курсов», научный руководитель – Заболоцкий Т.Н., к.э.н., доцент

- **Шевчук В.С.**, студентку Полесского государственного университета за работу «Актуальные аспекты оценки конкурентной среды в банковской системе Республики Беларусь и влияние иностранного капитала на ее формирование», научный руководитель – Коноплицкая М.А., ассистент кафедры

- **Шестопалову А.С.**, студентку Международного банковского института за работу «Реформирование государственных корпораций: pro et contra», научный руководитель – Давыдова И.В., к.э.н., профессор

- **Шихалеву А.А.**, студентку Российского университета дружбы народов за работу «Анализ „зеленых ростков” мировой экономики», научный руководитель – Балашова С.А., к.ф.-м.н., доцент

- **Шульгу Д.О.**, студентку Киевского национального экономического университета им. Вадима Гетьмана за работу «Принципы банковского кредитования», научный руководитель – Лазепко И.М., к.э.н., доцент

4. Наградить грамотами следующих студентов:

- **Артикул П.В., Ергалиеву С.Е.**, студенток Международного банковского института за работу «Крах финансовой системы Греции», научный руководитель – Павлов Г.С., к.э.н., доцент

- **Бекетай И.М.**, студентку Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева за работу «Рынок труда Республики Казахстан», научный руководитель – Алямова З.А., к.э.н., доцент

- **Богачева А.И.**, студента Липецкого государственного технического университета за работу «Повышение экономической эффективности городской системы управления отходами», научный руководитель – Лаптев С.В., д.э.н., профессор

- **Болдина Д.О., Коларжа В.В., Дудакова К.С.**, студентов Международного банковского института за работу «Особенности развития Федеральной Резервной

Системы Соединённых Штатов Америки», научный руководитель – Павлов Г.С., к.э.н., доцент

- **Бузанову О.Н., Громова В.А., Мельникова Д.В., Чесалину А.Е.**, студентов Петербургского государственного университета путей сообщения за работу «Моделирование производственной функции и анализ производственной деятельности предприятия „Путьрем”», научный руководитель – Герасименко П.В., д.т.н., профессор

- **Волченко Ж.Б.**, студентку Санкт-Петербургской академии управления и экономики за работу «Подходы к формированию стратегии развития организации в условиях кризиса: система менеджмента качества на АвтоВАЗ», научный руководитель – Румянцева А.Ю., к.э.н., доцент

- **Головенко Д.Д.**, студентку Международного банковского института за работу «Этика и социальная ответственность», научный руководитель – Павлова И.П., д.э.н., профессор

- **Голубкову Д.А.**, студентку Международного банковского института за работу «Розничный банковский бизнес в РФ», научный руководитель – Зайцева И.Г., к.э.н., доцент

- **Грибик А.Ю.**, студентку Тульского филиала Российского государственного торгово-экономического университета за работу «Оценка эффективности работы управляющих компаний, осуществляющих доверительное управление пенсионными накоплениями», научный руководитель – Якушин Д.И., к.т.н., доцент

- **Дудареву А.В.**, студентку Международного банковского института за работу «Роль нефтяной промышленности в формировании российского бюджета», научный руководитель – Яковлев А.Н., к.э.н., доцент

- **Дьячкову М.О.**, студентку Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов за работу «Анализ антикризисной политики Правительства РФ и Банка России, направленной на поддержание банковской ликвидности и повышение капитальной базы банков», научный руководитель – Ивановская Т.П., к.э.н., профессор

- **Еськину И.А.**, студентку Санкт-Петербургской академии управления и экономики за работу «Корпоративная культура и ее влияние на деятельность компании», научный руководитель – Румянцева А.Ю., к.э.н., доцент

- **Журавлеву З.С., Костикову Е.А.**, студентов Тульского филиала Российского государственного торгово-экономического университета за работу «Теория информации в экономике», научный руководитель – Юдин С.В., д.т.н., профессор

- **Зинчук Д.А.**, студентку Международного банковского института за работу «О влиянии современного мирового экономического кризиса на развитие международного туризма», научный руководитель – Яковлев А.Н., к.э.н., доцент

- **Ишмуратову Э.И., Велюгу Т.А.**, студентов Международного банковского института за работу «Политика налоговой оптимизации как способ разумного осуществления эффективной деятельности компании», научный руководитель – Трофимова Н.Н., к.э.н., доцент

- **Коваленко М.А.**, студентку Киевского национального экономического университета им. Вадима Гетьмана за работу «Влияние иностранного капитала на нацио-

нальную банковскую систему», научный руководитель – Ходакевич С.И., к.э.н., доцент

- **Кожевникову Е.Л.**, студентку Липецкого государственного технического университета за работу «Реализация системы Direct-costing и анализ безубыточности производства на примере ОАО „Липецкий хладокомбинат”», научный руководитель – Радугина В.С., к.э.н.

- **Копаневу О.Д.**, студентку Международного банковского института за работу «Включение частных медицинских учреждений в систему ОМС как способ государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения», научный руководитель – Павлов Г.С., к.э.н., доцент

- **Крячкина М.А.**, студента Международного банковского института за работу «Банковские операции на рынке драгоценных металлов», научный руководитель – Попова Е.М., д.э.н., профессор

- **Кулакову Е.М., Дудареву А.В.**, студенток Международного банковского института за работу «Проблемы финансирования инновационного проекта „Сколково”», научный руководитель – Павлов Г.С., к.э.н., доцент

- **Лаптеву Е.Д.**, студентку Международного банковского института за работу «Опасность финансовых пирамид», научный руководитель – Филатов Д.Б., ст. преподаватель

- **Макаровскую Ю.Н.**, студентку Международного банковского института за работу «Понятие «безнадежного проекта» в рамках методологии управления проектами», научный руководитель – Сакс Н.В., к.э.н., ст. преподаватель

- **Маренко П.А.**, студентку Международного банковского института за работу «Использование методологии управления проектами в области геологоразведки», научный руководитель – Макарова Н.В., д.пед.н., профессор

- **Мартынову Н.А.**, студентку Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Инвестиционная деятельность в РФ: состояние, проблемы, перспективы», научный руководитель – Зарукина Е.В., к.э.н., доцент

- **Мелентьеву Н.А.**, студентку Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Машиностроительный комплекс и его роль в обеспечении экономической безопасности России», научный руководитель – Селищева Т.А., д.э.н., профессор

- **Митрохину К.А.**, студентку Международного банковского института за работу «Причины слабости доллара», научный руководитель – Павлова И.П., д.э.н., профессор

- **Николау Е.С.**, студентку Международного банковского института за работу «Решения сеульского саммита и выход из экономического кризиса», научный руководитель – Давыдова И.В., к.э.н., профессор

- **Осипову Е.В.**, студентку Международного банковского института за работу «Факторы, влияющие на смертность населения (на примере стран Европы)», научные руководители – Кузютин Д.В., к.ф.-м.н., доцент; Панкратова Я.Б., ст. преподаватель

- **Павлову А.И.**, студентку Липецкого государственного технического университета за работу «Методы качественной оценки аудиторского риска», научный руководитель – Колесников В.В., к.э.н., доцент
- **Пак А.О.**, студентку Санкт-Петербургского юридического института (филиала) Академии Генеральной прокуратуры РФ за работу «Экономическая теория терроризма (некоторые научно-практические вопросы)», научный руководитель – Колесников В.В., д.э.н., профессор
- **Русакова А.М.**, студента Международного банковского института за работу «Анализ изменений в ЕНВД за 2010 год», научный руководитель – Суханов О.В., к.т.н., доцент
- **Русакова А.М.**, студента Международного банковского института за работу «Особенности организации управления проектами в функционально-ориентированной компании», научный руководитель – Макарова Н.В., д.пед.н., профессор
- **Русских А.О.**, студентку Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева за работу «Создание эффективной системы налогообложения в Республике Казахстан посредством применения сбалансированных методов налогового регулирования», научный руководитель – Лашкарёва О.В., к.э.н., доцент
- **Рыженкову И.В.**, студентку Международного банковского института за работу «Перспективы и проблемы развития универсальных электронных карт на территории РФ», научный руководитель – Павлов Г.С., к.э.н., доцент
- **Свешникова Я.Н.**, студента Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Методы финансирования инвестиционной деятельности в городе и городском хозяйстве», научный руководитель – Зарукина Е.В., к.э.н., доцент
- **Сорокина А.А.**, студента Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Меры по оптимизации пакета антикризисных мер с целью повышения уровня экономической безопасности России», научный руководитель – Герман Л.А., к.э.н., доцент
- **Суворову П.С.**, студентку Международного банковского института за работу «Некоторые противоречия налоговой системы Российской Федерации», научный руководитель – Яковлев А.Н., к.э.н., доцент
- **Танкимова Б.С.**, студента Евразийского национального университета им. Л.Н. Гумилева за работу «Перспективы развития Исламской финансовой системы в условиях глобализации мировой экономики», научный руководитель – Абдрахманова Б.С., к.э.н., ст. преподаватель
- **Тараканова А.В.**, студента Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Реформирование политического и административно-территориального устройства Российской Федерации как главная задача процесса модернизации», научный руководитель – Иванова М.Н., к.э.н., доцент
- **Шабатюк М.И.**, студентку Львовского института банковского дела Университета банковского дела Национального банка Украины за работу «Стратегический

учет как инструмент эффективного функционирования предприятия в условиях финансового кризиса», научный руководитель – Кундря-Высоцкая О.П., к.э.н., доцент

- **Шахову А.С.**, студентку Международного банковского института за работу «Особенности развития предпринимательства в малых городах (на примере города Выборга)», научный руководитель – Павлова И.П., д.э.н., профессор

- **Шкляеву А.Э.**, студентку Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета за работу «Особенности бухгалтерского учета расходов в бюджетных медицинских учреждениях», научный руководитель – Конопляник Т.М., д.э.н., доцент

5. Опубликовать решение конкурсной комиссии на сайтах Комитета по науке и высшей школе Правительства г. Санкт-Петербурга, Международной академии наук высшей школы и Международного банковского института.
6. Просить ректоров вузов поощрить руководителей студенческих научных работ – победителей и призеров конкурса.
7. Рекомендовать победителям и призерам конкурса принять участие с научными докладами в работе:
 - X международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы экономики и новые технологии преподавания (Смирновские чтения), апрель 2011 г.;
 - IX межвузовской студенческой научно-практической конференции, проводящейся под девизом «Инновации в экономике и образовании – новой России» в рамках Дней науки Международного банковского института, май 2011 г.
8. Опубликовать конкурсные работы победителей, награжденных дипломами I степени, в очередных выпусках Межвузовского студенческого научного журнала «Вестник Экономического научного общества студентов и аспирантов вузов Санкт-Петербурга».
9. Просить базовый вуз конкурса – Международный банковский институт – организовать городскую выставку-презентацию конкурсных работ студентов – победителей конкурса на сайте МБИ.
10. Провести очередной X (юбилейный) Санкт-Петербургский открытый конкурс им. профессора В.Н. Вениаминова на лучшую студенческую научную работу по экономике, управлению и информатике в экономической сфере (с международным участием) с 05.04.2011 г. по 25.01.2012 г.
11. Комиссия особо отмечает высокий уровень организации конкурса его Оргкомитетом и базовым вузом конкурса – Международным банковским институтом.

Конкурсная комиссия

Билько А.С.

Россия, Санкт-Петербург

Санкт-Петербургский юридический институт (филиал)

Академии Генеральной прокуратуры РФ

Колесников В.В., д.э.н., профессор – научный руководитель

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕСТУПНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Введение

«Экономику раньше считали наукой, занятой изучением рынка и таких агрегированных явлений, как инфляция и безработица... обновленное понимание – это изучение того, как люди и организации реагируют на изменения в стимулах».

Гэри Стэнли Беккер¹

Экономический анализ преступного поведения индивида – теория, положившая в основу юриспруденции принципиально новое понимание сущности преступления и его последствий. Более того, этот анализ внес вклад в понимание поведения самого преступника, а это немаловажно для предотвращения новых преступлений и криминальной обстановки в целом. В своей работе мы постарались раскрыть сущность экономического анализа индивидуального преступного поведения, а также выявить на основе этого анализа рекомендации для правоохранительных органов по максимальному предотвращению преступной деятельности. В процессе экономического анализа преступного поведения мы обратили внимание, что практически никто из отечественных ученых (советских, российских) не уделяет должного внимания этому вопросу ни в теории, ни на практике. Ю.В. Латов первым поставил этот вопрос для изучения в России, и благодаря ему появились журналы, посвященные вопросам экономики преступлений и наказаний.

¹ «Нетривиальный взгляд»: *Uncommon Sense: Economic Insights, from Marriage to Terrorism*. By Gary Becker and Richard Posner. Chicago: the University of Chicago Press, 2009.

Самое главное, что движет человеком при совершении преступления, – стимулы, как указано в эпитафии. И именно изучение стимулов сегодня должно стать приоритетным для правозащитников. На наш взгляд, изучение этой проблемы сегодня весьма актуально. Особенно в связи с высоким уровнем преступности в стране. Необходимо принять данную экономическую теорию как основу, базис; принять тот факт, что человек – существо рациональное. А значит, его действия подвергаются рациональному осмыслению, и преступление он совершает исходя из обыкновенного выбора между собственной выгодой и издержками от незаконного деяния, то есть тем, что его ожидает, если он эту выгоду не получит. Если правоохранительные органы возьмут это за аксиому своей деятельности, то есть будут предполагать, почему человек пошел на то или иное преступление, результат их деятельности будет значительно выше, а преступности станет меньше.

1. Основы экономического анализа преступного поведения индивида

1.1. Суть идеи Гэри Беккера

По легенде, будущий нобелевский лауреат Гэри Беккер, опаздывая на важную встречу, задумался, стоит ли поставить машину там, где стоянка запрещена? Это грозит штрафом, но экономит время. Легенда гласит, что Беккер решил рискнуть [3]. Здесь видны два основных соображения, которые Беккер чуть позже положил в основу научной работы об экономике преступлений. Чтобы заставить человека, задумавшего совершить преступление, отказаться от его намерений, нужно увеличить вероятность того, что он будет пойман, либо увеличить наказание, которое он понесет.

И то и другое снизит ожидаемую полезность от совершения преступления – значит, потенциальный правонарушитель скорее откажется от своего намерения. Идея, которую Беккер положил в основу своих моделей, была проста. Суть ее можно свести к следующему: если человек что-то делает, значит, ему выгодно делать это. Он «взвешивает», сколько ему принесет жизнь добропорядочного гражданина, а сколько – преступление. Если выгоды от преступления перевешивают, то появляется реальная возможность стать преступником. Кроме того, производя подобные вычисления, потенциальный преступник будет иметь в виду не только выгоды от преступления, но и негативные последствия, которые наступят при неблагоприятном исходе, если его, например, «поймают».

1.2. От Бернарда Мандевиля к Гэри Беккеру

Считается, что первым высказал мысль о рациональности преступного поведения английский публицист Бернард Мандевиль, один из мыслителей эпохи Просвещения. В 1705 г. вышло издание написанной им в стихах «Басни о пчелах, или Пороки частных лиц – блага для общества» [1]. Главная мысль этого произведения проста и неожиданна: преступная деятельность отдельных индивидов служит благосостоянию общества в целом. Для доказательства этой идеи, которая получила название «парадокса Мандевиля», автор поставил мысленный эксперимент, используя доказательство от противного. В своей басне он сначала в сатирическом ключе изобразил современное ему общество («улей»), подчеркивая нечестность купцов, продажность чиновников и т. д. Однако – удивительное дело!

«Пороком улей был снедаем,
Но в целом он являлся раем».

Когда же осознавшие свои грехи люди («пчелы») стали вести законопослушный образ жизни, то от бывшего экономического процветания ничего не осталось. Без честолюбия, без эгоистической жадности наживы рыночное хозяйство в мысленном эксперименте Б. Мандевиля оказалось нежизнеспособным. Автор «Басни о пчелах» приходит к выводу, что преступная жадность наживы и нормальное рыночное хозяйство вырастают, в сущности, из одного корня, а потому искоренение преступности невозможно без подрыва экономики [2].

«Да будет всем глупцам известно,
Что жить не может улей честно».

«Второе рождение» экономики преступлений и наказаний произошло в 60-е гг. XX века. Оно в первую очередь связано с именем знаменитого американского экономиста Гэри Стэнли Беккера, который в своем научном творчестве выступал за расширение круга объектов экономического анализа (за что был в 1992 году удостоен премии им. А. Нобеля). В 1968 г. была опубликована статья Г. Беккера: «Преступление и наказание: экономический подход» [2]. До Беккера среди криминологов преобладало убеждение, что преступники – это люди, которые отличаются от нормальных законопослушных граждан: они не контролируют свое поведение и не задумываются о завтрашнем дне, они иррациональны. Г. Беккер впервые (если не считать Б. Мандевиля) предложил исходить из

того, что преступники по существу так же рациональны, как и любые другие люди, – они точно так же стремятся максимизировать свою выгоду при ограниченных ресурсах [1]. Принцип рационального поведения оказался эффективным не только для объяснения поведения преступников, но и для выработки наиболее эффективных путей сдерживания преступности. Этот принцип означает, что преступник, равно как и правозащитник, сознательно планирует свою деятельность, выбирая из различных ее вариантов тот, при котором отношение выгод к затратам будет максимальным.

1.3. Издержки и выгоды от преступления для преступника

«Сущность экономического подхода к преступности изумительно проста, – пишет Гэри Беккер. – Он состоит в том, что люди решают, совершать ли им преступление или нет, сравнивая свои ожидаемые выгоды и издержки от преступления» [2]. Это означает, что люди становятся преступниками не потому, что их мотивации отличаются от мотиваций других лиц, а потому, что различаются их выгоды и издержки. «Предлагаемый здесь подход, – пишет Беккер, – основан на обычном для экономистов анализе выбора и предполагает, что индивид совершает правонарушение, если ожидаемая для него выгода превосходит выгоду, которую он мог бы получить, используя свое время и свои ресурсы на другого рода деятельность» [2]. Как же может определяться выгода?

При преступлениях против собственности (грабеж, воровство) правонарушители могут руководствоваться такими факторами, как возможная величина украденного или степень неравенства доходов. Если в силу каких-то обстоятельств растут выгоды от преступлений (например, увеличивается сумма денег, которые можно украсть), это способствует росту преступности. Этому во многом способствуют СМИ и политика страны.

Альтернативные издержки представляют собой те ресурсы, которые можно было бы получить от альтернативных действий, от которых пришлось отказаться. Например, альтернативными издержками учебы в вузе является заработная плата, которую получал бы выпускник школы в течение срока учебы в вузе, если бы после окончания школы он пошел работать.

Один из ведущих специалистов в США по экономике преступлений и наказаний Айзек Эрлих писал о том, что поведение потенциального нарушителя рассматривается в моделях оптимизации распределения его времени между законной и незаконной видами деятельности. Преступники рационально максимизируют свою ожидаемую полезность, а на их вы-

бор влияют различные факторы, такие как: вероятность осуждения и наказания, меры наказания, изначальный уровень благосостояния преступника [2]. Также этими факторами выступают уровень образования (альтернативные издержки выше для более образованных людей), фактор безработицы (у безработных альтернативная стоимость времени более низка), возраст (у молодых альтернативные издержки, как правило, относительно малы) и др. Итак, во время преступной деятельности у преступника уменьшается время для занятий законной деятельностью; когда он осужден и заключен в тюрьму, то в продолжение срока заключения он вообще не может заниматься законной деятельностью. «Преступник, находящийся в тюрьме, не способен быть производительным, – пишет П. Рубин, – и он производит некоторые издержки, в то время как никто не получает в результате выгоды» [2].

Существенными издержками преступления, помимо альтернативных, являются также издержки наказания. Это – ожидаемые издержки, в том смысле, что нет уверенности, что преступник будет пойман и осужден.

Не следует забывать и о психических издержках преступления. Многие люди не совершают преступлений прежде всего потому, что это противоречило бы их нравственным нормам. Ослабление нравственных и этических ценностей в обществе становится, таким образом, одним из факторов, ведущих к росту преступности.

Таким образом, изучение изменения выгод и издержек является основным способом понимания того, почему для одних индивидов или групп совершение преступлений более вероятно, чем для других.

1.4. Наиболее склонные к совершению более тяжких преступлений группы людей с точки зрения экономики

Гэри Беккер указывает, что тяжкие насильственные преступления совершаются преимущественно бедными и малообразованными людьми, в то время как люди хорошо образованные чаще совершают растраты и иные «беловоротничковые» правонарушения [2]. Это следует объяснять прежде всего тем, что бедные и малообразованные не имеют больших возможностей для законного заработка. Поскольку для них доход от затрат времени на кражи больше, чем от какого-либо легального труда, то это им выгоднее, чем высокообразованным людям.

Другая группа населения, склонная к тяжким преступлениям, – это подростки. У них существенно ниже заработки и, следовательно, худшие

альтернативные возможности легальных доходов. Подростковую преступность сильно стимулируют слабые наказания: если тинэйджеры могут воровать, не ожидая за это серьезного наказания, не удивительно, что они более склонны совершать преступления, чем взрослые люди.

В отношении рецидивов Гэри Беккер приводит следующую аналогию. Например, если строительный рабочий получает тяжелую травму и оказывается выключенным из производства, это не означает, что после выздоровления он расстанется с опасной профессией. Рациональный работник, выбирая профессию, предварительно оценивает риск своего труда, и потому несчастный случай не меняет его выбора. А значит, тот факт, что нарушители закона после отбытия наказания возвращаются к криминальной деятельности, как раз и доказывает рациональность их выбора.

2. Преступление – «рискованный бизнес»

Преступник ведет себя по существу так же, как и нормальный законопослушный гражданин, – стремится наиболее эффективно использовать имеющийся в его распоряжении человеческий и физический капитал. «Таким образом, – решение стать преступником в принципе не отличается от решения стать каменщиком или плотником, или, допустим, экономистом. Индивид рассматривает чистые затраты и выгоды каждой альтернативы и принимает на этой основе свое решение», – пишет американский экономист Пол Рубин [1]. Однако между профессией плотника и «профессией» преступника все же есть принципиальное различие.

В 1972 г. была опубликована статья американского экономиста Майкла Сесновица «Доход от кражи со взломом». Ее автор на основе данных криминологической статистики штата Пенсильвания за 1967 г. попытался оценить, насколько прибыльна «профессия» взломщика, тем самым дать пример использования модели расчета доходности преступной деятельности. Кража со взломом, как и любой другой вид преступной деятельности, – это высокорискованная деятельность, поскольку вор рискует быть пойманным и осужденным. Изобразим в виде формулы зависимость чистого дохода преступника от различных факторов:

$$R = (1 - P) \times S + P \times (S - D) = S - P \times D \quad [1],$$

где R – доход (return) взломщика; P – вероятность (probability), что вор будет пойман и наказан; S – величина украденного (stolen); D – денежная (dollar) величина потерь взломщика, которые он несет в результате наказания.

При расчете главным является учет потерь в результате наказания (D). Например, при штрафе оценка потерь правонарушителя производится легко. Труднее рассчитать потери преступника, приговоренного к тюремному заключению. В этом случае берется средний уровень упущенного возможного легального заработка, который преступник мог бы получать в течение среднего срока заключения, если бы он был на свободе и из этой величины вычитается средний доход заключенного (средние расходы тюремной администрации на заключенного) [1].

Расчеты М. Сесновица дали следующий результат:

S – (средняя величина чистой добычи от преступления) ~ 120 дол.;
P – (вероятность осуждения за кражу со взломом) ~ 6 %; D – (ожидаемые потери от 40-месячного заключения) ~ 5.300 дол. Следовательно, R – (ожидаемый доход) составляет ~ -200 дол: средний ожидаемый доход преступника оказался отрицательной величиной. Эта закономерность проявляется практически во всех видах правонарушений. Возникает вопрос: если ожидаемый доход преступника ниже нуля, можно ли утверждать, что он рационален? Можно!

В современной экономической теории есть специальный раздел – экономика риска. Экономисты различают три различных типа рационального хозяйственного поведения:

- склонность к риску,
- нейтральное отношение к риску,
- избегание риска.

Поведение преступников – это поведение склонных к риску, а значит, преступление можно рассматривать как разновидность рискованного бизнеса (в легальной экономике таким образом ведут себя игроки на бирже). «Распространенное мнение, что правонарушителей вероятность осуждения сдерживает сильнее, чем тяжесть наказания, означает, что они предрасположены к риску», – пишет Беккер [1]. Однако справедливо ли утверждение, что правонарушителей сдерживает именно вероятность наказания? В экономической науке по этому поводу ведется немало споров.

3. Вероятность или тяжесть?

3.1. Вероятность наказания

Г. Беккер выразил ожидаемую полезность от совершения правонарушения следующей формулой:²

$$EU = U (Y - p \times f),$$

где EU – ожидаемая полезность (expected utility) от преступления, p – вероятность осуждения правонарушителя, Y – доход от преступления, U – функция полезности (utility) преступника, f – наказание за преступление.

Рост p при сокращении f (в равном отношении) не может изменить ожидаемый доход от правонарушения (Y), но изменяет ожидаемую полезность, поскольку изменится значение риска. Увеличение же f дало бы сильный эффект в том случае, если индивид избегает риска. И, наконец, p и f оказывали бы одинаковое влияние, если он нейтрален к риску.

Бэккер дает «интересную интерпретацию мнения»: преступники сильнее реагируют на изменения в вероятности наказания, чем в тяжести наказания.³ А значит, увеличение вероятности осуждения снижает число совершаемых преступлений. Исследования ученого доказали, что увеличение на 1 % вероятности осуждения сильнее удерживает от преступлений, чем увеличение на 1 % тяжести приговора. Беккер показал, что если это действительно так, то преступление как бы «не оплачивается», то есть ожидаемая ценность преступления отрицательна, как мы видели в формуле Сесновица, поэтому преступниками должны быть только «искатели риска».⁴ Если индивид предрасположен к риску, то рост вероятности осуждения сильнее сократил бы ожидаемую полезность, а вместе с тем и число правонарушений, чем равное сокращение f [1]. А «при первоначальном решении занимаются ли преступной деятельностью, имеет значение ожидаемый срок заключения; увеличение этого срока может привести к снижению выгод от преступной деятельности. Таким образом, именно для тех, кто находится на грани превращения в преступника, строгость наказания могла бы послужить сдерживающим средством», – пишет Гэри Беккер.

² *Becker G.S. Crime and Punishment: An Economic Approach // Essays in the Economics of Crime and Punishment. 1974. P. 10.*

³ Там же. С. 11.

⁴ Там же. С. 24.

Таким образом, если правонарушители предрасположены к риску (а большинство именно таково), то их реальный доход будет ниже, чем доходы, которые они могли бы получать при менее рискованной легальной деятельности. Гэри Беккер справедливо полагает, что большинство преступников являются предрасположенными к риску уже по своей природе, ведь они идут на преступление – на нелегальную неизвестность, которая принесет им либо выгоду, либо они понесут наказание. Ученый показал, что доход от преступлений определяется прежде всего отношением преступников к риску.

3.2. Тяжесть наказания

Многие экономисты приходили к заключению, что наказание сильно влияет на совершение преступления. Причина, по их мнению, очень проста (чисто экономическая): если увеличивается цена чего-либо, то уменьшается и спрос. Соответственно, если вы увеличите размер наказания – величину того, чем преступник «расплачивается» за преступление, – то будет меньше самих этих деяний.⁵ А. Эрлих, например, используя сложный метод исследования, выявил большой эффект сдерживания от назначения смертной казни за убийство. Из его расчетов следует, что каждая казнь преступника предотвращает от 8 до 20 убийств. Используя другой набор статистических данных и иной метод, Гордон Таллок, профессор экономики и политических исследований Университета штата Аризона, считает непринципиальным выбор тяжести наказания или его вероятности. Он приводит пример: если у потенциального преступника есть выбор между двумя системами наказания, по одной – у совершившего кражу есть 1 из 100 шансов попасть в тюрьму на один год, а по другой – только 1 из 1000 шансов, но на 10 лет, то делается вывод, что не очевидно, что эти две системы наказания принципиально по-разному воздействовали бы на преступников.⁶

Интересна точка зрения американского экономиста-криминолога С. Камерона, который дает экономические объяснения, почему наказание не должно сдерживать преступность [1]. Рассмотрим некоторые из его «объяснений»:

⁵ *Becker G. S. Crime and Punishment: An Economic Approach // Essays in the Economics of Crime and Punishment. 1974. P. 130–131.*

⁶ *Tullock G. Does Punishment Deter Crime? // The Economics of Crime Cambridge, N Y. etc, 1980. P. 127–136.*

1. Эффекты вытеснения. Усиление сдерживающих мер может привести к перемещению криминальной деятельности в другие временные периоды или в другие районы, что в свою очередь вызовет увеличение преступности в целом.

2. Ориентация преступников на «целевой доход». Некоторым преступникам (например, наркоманам) необходимо добыть фиксированную сумму денег за определенный период времени. Эффективные наказания сокращают средний ожидаемый доход от преступления (по формуле Беккера), так что... для получения целевого дохода необходимо совершать больше преступлений! Риск для этой категории лиц играет первостепенное значение. А значит, этой категории лиц вовсе неважны наказания.

3. Практическая уверенность. Дж. Харшани, изучавший принятие решений в условиях неопределенности, указывает, что люди склонны округлять, завышать свои оценки результатов [1]. Следовательно, когда вероятность успеха будет равна 0,8, правонарушитель оценит ее как 1. «Этот тип поведения означает, что очень сильные изменения вероятности наказания могут привести к последующему сокращению «предложения преступлений», а более строгое наказание может оказаться совершенно неэффективным, если правонарушитель все же полагает, что он его не испытает», – пишет Камерон.

4. Эффекты дохода. Многие преступники (например, проститутки) полностью специализированы на преступлениях и не могут участвовать в легальном труде, каким бы ни был доход. Они не смогут заменять нелегальную деятельность легальной в ответ на усиление наказаний, поскольку «если их наказывают штрафами, доход от преступлений может быть единственным способом оплатить их» [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что при анализе влияния различных факторов на поведение потенциальных правонарушителей, чтобы разработать наиболее эффективную систему наказаний и сдерживания системы преступности, следует учитывать их отношение к риску. Мы выяснили, что чем больший риск позволяет себе преступник – тем меньше значения он придает наказанию, которое подлежит за правонарушение. Сильное предпочтение риска гасит сдерживающий эффект санкций. А значит, «уберечь» такого преступника от криминальной деятельности можно лишь повышением той вероятности, что он будет пойман. И обратная ситуация: чем меньший риск – тем большая боязнь наказания. Однако и в том и в другом случае важен один принципиальный момент: чтобы наказание или его вероятность обладало сдерживающим эффектом, пре-

ступники должны иметь доступную информацию о строгости наказания и их вероятности при преступлениях. Эту информацию они могут получить, например, из криминальной хроники в газетах. Несомненно, если улучшать знания населения об уголовном законодательстве, то и сдерживающий эффект наказания был бы сильнее. Однако не только СМИ должны сдерживать преступность. В первую очередь – это задача правоохранительных органов.

4. Рекомендации для правоохранительной политики государства

«Чем больше средств выделяется полиции, судам, специальным правоохранительным службам, тем легче раскрывать преступления и наказывать преступников».

Гэри Стэнли Беккер⁷

Общество должно само определить желаемый с его точки зрения уровень преступности. То, что преступность искоренить нельзя – ясно. Но вот поддержание низкого уровня криминализации возможно. «В принципе общество могло бы иметь сколь угодно низкий уровень преступности, если бы оно решило тратить достаточно много средств на полицию, суды, тюрьмы и т. д.» – пишет Беккер [1]. В нашей стране этого пока не происходит, однако, на наш взгляд, это является основным способом сдерживания преступности для правоохранительных органов: достаточное выделение правозащитникам на их деятельность, поддержание их достойного уровня жизни, новое оборудование и т. д.

4.1. Концепция человеческого капитала

Г. Беккер предлагает использовать концепцию способности человека приносить доход, которая зависит от его уровня образования, приобретенных профессиональных навыков. При таком подходе всех правонарушителей можно разделить на две категории: лица с высоким человеческим капиталом (люди с высоким образованием) и лица с низким человеческим капиталом (малообразованные преступники). Для первых, как определил Беккер, более ценным ресурсом будет время, для вторых – деньги. Тогда

⁷ *Becker G. S. Crime and Punishment An Economic Approach // Journal of Political Economy 1968. Vol. 76.*

с целью усилить сдерживающий эффект целесообразно проводить дифференцированную политику наказаний, лишая преступников того, что является для них более ценным (табл. 1).

Таблица 1 [1]

Виды наказаний в зависимости от типа преступников

Характеристики нарушителей	Типы нарушителей	
	Лица с низким человеческим капиталом	Лица с высоким человеческим капиталом
Редкий для них ресурс	Деньги	Время
Типы совершаемых ими правонарушений	Связаны с затратами времени	Связаны с затратами денег
Рекомендуемые для них наказания	Выплата денежных штрафов	Тюремное заключение

Преступники с высоким человеческим капиталом («белые воротнички») должны приговариваться преимущественно к тюремному заключению, а преступники с низким человеческим капиталом (общеуголовные преступники) – к денежным штрафам.

4.2. Способы сдерживания преступности

Оптимальными способами сдерживания преступности в соответствии с экономическим анализом преступного поведения являются:

– увеличение затрат на улучшение возможностей легальной занятости для подростков, бедных и других социальных групп, наиболее склонных к совершению преступлений. Для подростков – организация различных секций по их интересам. Необходимо задействовать СМИ: проводить рекламу профессий, на которые способны малообразованные люди, но прежде всего важно обеспечить достойную оплату этой работы.

– политика укрепления семьи. Немало преступлений совершается из-за «шаткого» положения в семье: к примеру, муж не оправдывает надежды жены (низкая заработная плата) и идет на нарушение закона. Необходимо создавать больше государственных семейных программ с целью создания комфортной психологической обстановки в семье;

– тесное содействие СМИ с правоохранительными органами. СМИ должны нести информацию, которая заставит потенциальных преступников отказаться от своих намерений. А именно: доступную информацию о тяжести наказаний и их вероятности, о «боевой готовности» наших пра-

воохранительных органов. К сожалению, сейчас не редки случаи, когда в СМИ заявляют, что «органы охраны правопорядка бессильны». Такие заявления повышают уверенность преступников на успешный исход их задуманной криминальной деятельности. По данным аналитического центра Левада-центр, в 2010 году только 30 % граждан доверяют милиции, с опасением же к ней относятся 67 % опрошенных [4]. Следует повышать престиж правоохранительных органов и показывать, что они эффективны и действенны при оказании помощи гражданам;

– американский экономист Лестер Карл Туроу писал: «желает ли общество, чтобы полиция рассматривала каждую жалобу потерпевших? Чтобы быть эффективными, они не должны расследовать каждую жалобу» [1]. Целью защиты правопорядка должно быть в первую очередь предотвращение преступлений. И в итоге такая политика обойдется дешевле государству, будет эффективнее для граждан и для защиты страны.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мы сами определяем уровень нашей преступности. Позволяем государству проводить порой неэффективную и лоббистскую деятельность. Уровень преступности во многом зависит от общественной политики не только в сфере правоохраны, но и в других сферах жизни общества: экономической, социальной. Совершенствование эффективной политики государства может оказать существенное воздействие на преступность и заметно улучшить качество жизни, если государство и работники правозащиты вместе начнут обращать внимание на экономическую сторону преступности.

Государство должно ставить перед собой задачу по выявлению рассмотренных в нашей работе стимулов к совершению преступления (выгоды и издержки от преступления); должно не только выявлять эти стимулы, но и исследовать и устранять их, повышая, в свою очередь, качество альтернативных издержек – установление достойного уровня жизни для человека. Именно здесь и работает рассмотренная экономическая теория: она помогает определить отношение человека к этим стимулам, анализ человеческой деятельности в этом направлении показывает рациональность действий преступника с его точки зрения. Задача государства сводится к устранению этой рациональности и созданию таких условий, чтобы потенциальный преступник не видел в своей криминальной деятельности самого главного стимула – выгоды от совершенного деяния.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Латов Ю.В.* Экономика преступлений и наказаний: тридцатилетний юбилей / Истоки. Вып. 4 // Гл. ред. Я.И. Кузьминов. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
2. *Латов Ю.В.* Экономическая теория преступлений и наказаний / Экономическая теория преступной и правоохранительной деятельности. Под ред. Л.М. Тимофеева, Ю.В. Латова // Реферативный журнал. – М.: РГГУ, № 1, 1999.
3. Наказание и преступление / Ведомости // К.Сонин, № 18 (59). [Электронный ресурс]. <<http://www.vedomosti.ru/smartmoney/article/2007/05/21/2957>>
4. Группаа сайтов РИА-НОВОСТИ. [Электронный ресурс]. <<http://www.rian.ru/society/20100216/209521061.html>>

Борисова Е.В.

Россия, Санкт-Петербург

Санкт-Петербургский государственный университет
экономики и финансов

Попов А.И., д.э.н., профессор – научный руководитель

РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ

Введение

Россия в настоящее время находится на переломном этапе своего социально-экономического развития. Одним из приоритетных направлений стратегии развития на современном этапе признана модернизация экономики. Руководством страны разработана нормативно-правовая база, призванная обеспечить становление, формирование и стимулирование развития инновационной среды и формирующих ее институтов. основополагающим документом можно считать «Стратегию развития России до 2020 года», в которой определены долгосрочные приоритеты развития, получившие свое выражение в концепции четырех «И», включающей в себя: институты, инфраструктура, инвестиции и инновации. Инновационная основа решения модернизационных задач обусловлена ситуацией, создавшейся в экономике и характеризующейся отставанием от мирового технологического уровня, что создает угрозу национальной экономической безопасности.

В настоящее время неотложными задачами, стоящими перед экономикой России, являются радикальная технологическая модернизация производства, повышение его эффективности и качества товаров и услуг до мирового уровня. Научно-инновационная сфера – жизненно необходимая часть экономики, без развития которой невозможно повысить конкурентоспособность страны на мировых рынках. Более того, для поддержания последней необходимо, чтобы научно-инновационная деятельность осуществлялась последовательно и на постоянной основе. Вместе с тем техническое и технологическое перевооружение большинства отраслей экономики осуществляется крайне медленно. В программной статье «Россия, вперед!» Президент РФ Дмитрий Медведев обозначил стратегическую цель всех нынешних и будущих преобразований в экономике. Эта цель – всесторонняя модернизация страны. Если перевести слово «модернизация» буквально, то это «осовременивание».

И здесь подразумеваются два направления работы. Первое – это непосредственно модернизация, то есть подтягивание экономики до современного уровня. Все мы знаем, что машины, которые мы производим, наши дороги, бытовые условия и многое другое – все это весьма далеко от современных стандартов Западной Европы или Северной Америки. Все мы знаем и то, как низка у нас энергоэффективность. Выйти хотя бы на приличный уровень развития нормальных стран – это и есть первая часть работы. Вторую часть можно назвать футуризацией. Она требует создания особого культурного и психологического климата. Это, собственно говоря, и есть путь инновационного развития.

Под инновациями мы понимаем не копирование уже имеющихся образцов, а создание принципиально новых технологий. Они либо существенно улучшают те или иные полезные вещи, либо меняют фундаментально целые отрасли или сегменты социума – создают новые рынки, новую культуру производства, новый образ жизни, новые виды товаров и услуг. Яркий пример – Интернет, породивший принципиально новое отношение и к знаниям, и к технологиям, и к торговле, и к финансам, и даже к политике. То есть фактически новый цивилизационный тренд.

Таким образом, настоящее исследование, в котором рассматриваются различные аспекты этой крупной и важной народнохозяйственной проблемы, представляется весьма актуальным и своевременным.

Цель работы – изучение с учетом современных тенденций опыта инновационной деятельности отечественных и зарубежных компаний комплекса методических рекомендаций и предложений по эффективному управлению инновационно ориентированной деятельностью российской экономики на долгосрочную перспективу.

Для достижения поставленной цели в работе поставлены и решены следующие задачи:

- дать характеристику и уточнить категориальное содержание понятий «модернизация», «инновации», представить классификацию инноваций;
- определить этапы модернизации;
- выявить основные направления инновационного развития российской экономики, проблемы ее развития;
- определить концептуальные подходы к исследованию роли государства в формировании национальной инновационной системы и стимулировании инновационного развития экономики;

- сформулировать направления эффективного управления инновациями.

Объектом исследования являются процессы формирования и развития инновационной экономики в современных условиях.

Методологической и теоретической основой исследования являются фундаментальные труды, монографии, научные статьи ведущих отечественных и зарубежных ученых (юристов, экономистов, менеджеров, статистиков), официальные документы международных организаций по проблемам инновационного развития, экономического роста, государственного управления.

В процессе исследования были использованы общие методы научного познания: сравнение, абстракция, анализ и синтез, для решения поставленных задач в работе применялись диалектический метод, метод системного анализа, сравнительного анализа, анализ данных был проведен с применением методов группировки, выборки, сравнения и обобщения.

Информационной базой исследования являются законодательно-нормативные акты, официальные документы международных организаций, материалы периодической печати, аналитические обзоры, документы, опубликованные в электронных изданиях и сети Интернет, материалы научно-практических конференций и форумов.

1. Теоретические аспекты исследования инновационного экономического развития

1.1. Сущность модернизации

В экономической науке понятие «модернизация» отражает процессы изменений и обновления в технологическом и социальном развитии общества как в глобальном масштабе, так и на уровне каждой страны, отрасли и отдельного предприятия. Теория модернизации, тесно связанная с трансформацией материальных и духовных ценностей общества, структуры промышленного производства в «современные» модернизированные, формировалась постепенно.

Характерной и отличительной чертой ранних теорий модернизации был универсализм (Э. Дюркгейм, Г. Спенсер), рассматривающий развитие общества как всеобщий универсальный процесс, а также идеи М. Вебера, отражающие первые шаги институционального подхода к теории модернизации и выражающееся в том, что переход к экономике капитализма находится во взаимосвязи с его этикой и культурой.

На начальном этапе развития (период промышленной революции, создание крупного капитала и крупного машинного производства,

XVIII в.–начало XIX в.) в теории модернизации использовались идеи классической экономической теории и далее – неоклассических подходов к экономическому развитию. Современное представление о модернизации опирается на методологические и теоретические принципы системно-эволюционного и институционального подходов в экономической науке, на использование теории циклического развития и инноватики Н. Кондратьева и Й. Шумпетера, современных теорий технологической динамики и экономического роста (К. Фримен, С. Глазьев), в основе которых лежит представление о содержании понятия модернизации как процесса смены технологических укладов. Видный ученый Ш. Эйзенштадт понимал модернизацию как процесс изменения в направлении тех типов социальной, экономической и политической систем, которые развивались в западной Европе и северной Америке с XVII по XIX в., затем распространились в другие европейские страны, а в XIX–XX вв. – на южно-американский, азиатский и африканский континенты (Eisenstadt, 1966). Постепенно сложилось понимание четырех типов модернизации: экономического, технологического, социального и культурного.

Второй этап развития теории модернизации (70–80 гг. XX в.) исследователи связывают с дальнейшим подъемом производительных сил на основе научно-технической революции (НТР), с нарастающим процессом превращения науки в непосредственную силу общества, оказывающую большое влияние на социально-экономический прогресс. В основе многочисленных программ модернизации был положен принцип единства трех основных подходов: экономического, технологического, социологического. Теоретики модернизации XIX в. стремились разработать комплексные программы осуществления «догоняющей» модернизации развивающихся «незападных» стран по западному образцу.

В процессе эволюции теории модернизации на втором этапе ее развития сформировался новый методологический подход, учитывающий общие закономерности развития всех стран на пути к индустриальному обществу, когда возникли разновидности модернизации в различных странах с учетом их национальных особенностей. Получили развитие идеи Т. Веблена о странах, вступивших на путь модернизации относительно рано (*early developers*) и относительно поздно (*late developers*). Вместе с тем национальные различия в модернизации во все большей степени оказываются связанными с нарастающей тенденцией единства мира в экономическом и социальном развитии, нашедшей свое отражение в возникающей самостоятельной теории глобализации, особенно в ее

экономической форме, которую М. Делягин определяет «как процесс формирования и последующего развития единого общемирового финансово-экономического пространства на базе новых, преимущественно компьютерных технологий» (70–80 гг. XX в.). Теория глобализации формировалась под влиянием дальнейшего развития технологического переворота в мире, развертывания НТР, которые вызывают глубинные экономические процессы, происходящие в процессе образования единого мирового хозяйства, объединяющего экономики национальных государств. Возникнув на третьем этапе развития теории модернизации, она стала тесным образом переплетаться с теорией экономической глобализации, что нашло свое отражение в теории «зависимого развития» (Эптер, А. Гершенкрон, И. Валлерстайн, Т. Веблен).

По мере развития теории модернизации постепенно получили определенное отражение признаки экономической модернизации, к которым исследователи этого процесса относят:

- развитие и использование техники и технологии, основанных на научном знании, современных источниках энергии; углубление общественного разделения труда;
- развитие товарных, финансовых и инвестиционных рынков и рынков услуг;
- постоянную диверсификацию и усложнение производственного процесса;
- существование побудительных мотивов для создания и внедрения технологических инновационных новшеств.

Экономическая модернизация включает такие явления, как:

- возрастание в структуре хозяйства роли вторичного (индустрия) и третичного (услуги) секторов;
- сокращение доли аграрного производства при его совершенствовании;
- баланс отраслей, выпускающих средства производства и предметы потребления;
- приоритет капиталоемких производств над трудоемкими;
- возрастание роли «экономических организаций» (институтов), таких как предприятия, банки, торгово-посреднические фирмы, в жизни общества и усиление их независимости от политики и идеологии.

1.2. Сущность инноваций, их классификация

Под инновацией (*англ.* innovation – нововведение, новшество, новаторство) понимается использование новшеств в виде новых технологий, видов продукции и услуг, новых форм организации производства и труда, обслуживания и управления. Понятия «новшество», «нововведение», «инновация» нередко отождествляются, хотя между ними есть различия.

Понятие «инновации» как экономической категории ввел в научный оборот австрийский экономист И. Шумпетер. Он впервые рассмотрел вопросы новых комбинаций производственных факторов и выделил пять изменений в развитии, т. е. вопросов инноваций:

- использование новой техники, технологических процессов или нового рыночного обеспечения производства;
- внедрение продукции с новыми свойствами;
- использование нового сырья;
- изменения в организации производства и его материально-технического обеспечения;
- появление новых рынков сбыта.

В соответствии с международными стандартами инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.

Непременными свойствами инновации являются их новизна, производственная применимость (экономическая обоснованность), и она обязательно должна отвечать запросам потребителей.

Систематическая инновация состоит в целенаправленном организованном поиске изменений и в систематическом анализе тех возможностей, которые эти изменения могут дать для успешной деятельности предприятия.

Все разнообразие инноваций можно классифицировать по ряду признаков.

1. По степени новизны:

- радикальные (базисные) инновации, которые реализуют открытия, крупные изобретения и становятся основой формирования новых поколений и направлений развития техники и технологии;

- улучшающие инновации, реализующие средние изобретения;
- модификационные инновации, направленные на частичное улучшение устаревших поколений техники и технологии, организации производства.

2. По объекту применения:

- продуктовые инновации, ориентированные на производство и использование новых продуктов (услуг) или новых материалов, полуфабрикатов, комплектующих;
- технологические инновации, нацеленные на создание и применение новой технологии;
- процессные инновации, ориентированные на создание и функционирование новых организационных структур как внутри фирмы, так и на межфирменном уровне;
- комплексные инновации, представляющие собой сочетание различных инноваций.

3. По масштабам применения:

- отраслевые;
- межотраслевые;
- региональные;
- в рамках предприятия (фирмы).

4. По причинам возникновения:

- реактивные (адаптивные) инновации, обеспечивающие выживание фирмы как реакцию на нововведения, осуществляемые конкурентами;
- стратегические инновации – это инновации, реализация которых носит упреждающий характер с целью получения конкурентных преимуществ в перспективе.

5. По эффективности:

- экономическая;
- социальная;
- экологическая;
- интегральная.

Инновации все более становятся основополагающими факторами экономического роста. Возрастающая роль инноваций обусловлена, *во-первых*, самой природой рыночных отношений, *во-вторых*, необходимостью глубоких качественных преобразований в экономике России с целью преодоления кризиса и выхода на траекторию устойчивого роста.

Непременными свойствами инновации являются научно-техническая новизна и производственная применимость. Инновацию – результат – нужно рассматривать с учетом инновационного процесса. Для инновации в равной мере важны все три свойства: научно-техническая новизна, производственная применимость, коммерческая реализуемость.

2. Основные направления инновационного развития российской экономики

2.1. Проблемы развития экономики России

Стратегической целью развития общества должно стать создание экономики, удовлетворяющей интересы и потребности широких слоев населения страны, которую можно достичь посредством только лишь системной модернизации экономики. Как этого достичь?

Таблица 1

Структура промышленного производства России (в % к итогу)

Отрасль промышленности	1990	1995	2000	2005	2008
Объем промышленного производства, всего	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Электроэнергетика	3,6	11,0	7,9	7,1	6,4
Топливная промышленность	6,8	14,6	17,5	19,7	19,5
Черная металлургия	4,9	8,1	7,1	13,9	13,9
Химическая и нефтехимическая промышленность	6,9	7,1	6,2	6,4	7,0
Машиностроение и металлообработка	28,0	16,0	16,4	13,0	14,2
Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность	5,2	4,6	4,0	3,4	3,2
Легкая промышленность	11,0	2,2	1,4	0,8	0,7
Пищевая промышленность	12,1	10,6	11,1	10,9	11,2

Как видно из табл. 1, структура промышленного производства в России в период 1990–2008 гг. изменялась в сторону повышения доли энерго-сырьевых секторов хозяйства при сокращении роли перерабатывающих отраслей, в частности машиностроения и металлообработки, в 2 раза, легкой промышленности – более чем в 12 раз. Кризис осени 2008 г. и 2009 г., который привел к сокращению объемов производства и росту безработицы, еще больше отдалил российскую экономику от значимых показателей 1990 г.

**Динамика производства, инвестиций в основной капитал и доходов населения России
(в % к 1990 г.)**

Показатель	1993	1995	1998	2000	2005	2008
Производство промышленной продукции	64,9	49,7	46,2	54,2	71,2	82,1
Производство продукции сельского хозяйства	82,7	67,0	56,0	62,8	73,1	86,7
Инвестиции в основной капитал	44,9	30,7	21,0	25,9	41,5	65,3
Реальные доходы населения	51,1	40,0	32,8	36,7	63,3	82,9

Как видно из табл. 2, инвестиции в основной капитал на начало 2008 г. составляли всего 65 % от уровня 1990 г., а реальные располагаемые доходы населения – 82,9 %.

Одновременно сырьевой экспорт возрос за 18 лет почти в 2 раза, и почти в 3 раза снизился экспорт машин и оборудования; импорт сырья снизился, а машин и оборудования возрос до 55 % (табл. 3).

**Товарная структура экспорта и импорта РФ
(в % к итогу)**

Товарные группы	Экспорт, по годам					Импорт, по годам				
	1990	1995	2000	2005	2008	1990	1995	2000	2005	2008
Машины, оборудование и транспортные средства	18,3	10,2	8,8	5,6	4,9	44,8	33,6	31,4	44,0	52,7
Минеральные продукты	40,5	42,5	53,8	64,8	69,6	2,6	6,4	6,3	3,1	3,1
Металлы, драгоценные камни и изделия из них	11,3	26,7	21,7	16,8	13,3	5,1	8,5	8,3	7,7	7,3

Иными словами, сложилась так называемая «сырьевая» структура российской экономики. Под этим следует понимать, что существенный вклад в производство валового продукта (национального дохода) до 65 % дает сырьевой комплекс страны, он же обеспечивает подавляющую часть расходов федерального бюджета и положительный торговый баланс, обеспечивая до 70 % экспорта страны. При этом эффективность добычи сырья не являлась высокой, капиталоемкость производства снижалась за прошедшие годы. В связи с этим можно даже говорить о зыбком фундаменте сырьевой экономики.

Процесс модернизации экономики натывается на многие значительные препятствия. Например, на внутреннем рынке не сформировался спрос на новые разработки. В результате инновации в России не находят своего потребителя. Тормозом выступает и отечественная бюрократия – до 80 % заявок отсекаются не из-за самой идеи, а из-за неверного оформления документов. В результате суммы, выделенные госбюджетом на продвижение инновационных разработок, не осваиваются. Так, в 2008 г. «Ростехнологии» получили на эти цели 14 млрд руб., а потратили всего около 1 млрд руб. Чтобы экономика с полным правом могла называться инновационной, инновационные продукты в объеме производства должны составлять не менее 15 %. Между тем сейчас в России этот показатель достигает всего 0,5 %,

Многие исследователи отмечают, что за последние годы в России в разработку и освоение инноваций вовлечено незначительное число промышленных предприятий. Только несколько отраслей демонстрируют инновационную активность: металлургия, химия, в некоторой степени машиностроение. В среднем только 10 % предприятий можно отнести к инновационно активным, в то время как в США средний показатель инновационной активности составляет 30 %.

Также анализ современного состояния научно-технической и инновационной сферы свидетельствует, что по уровню инновационной активности, месту высокотехнологичной продукции в структуре производства и экспорта, объемам финансирования науки, развитию инновационной инфраструктуры Россия заметно отстает от развитых стран. В то же время неверно утверждать, что в России отсутствует потенциал для разработки ниш на мировом рынке высоких технологий. Например, Россия – серьезный конкурент на рынках ядерных технологий, космической техники и услуг, боевой авиации и некоторых видов продукции электронной промышленности.

Важная проблема для российской инновационной сферы в том, что на фоне серьезного инновационного задела большинство российских компаний и предприятий имеют крайне неэффективные механизмы его использования. Российская промышленность не обладает способностью к тиражированию инноваций, поэтому сам инновационный сектор работает крайне неэффективно.

Дополнительные сложности для российских компаний несет глобализация мировой экономики. Медленно, но целенаправленно укрепляют свои позиции в России крупные иностранные корпорации. Их появление

представляет наибольшую угрозу именно для развивающегося российского сектора инновационных технологий.

2.2. Инновационная экономика – стратегическое направление развития страны

Что понимается под инновационной экономикой? Проведенный анализ современных тенденций развития экономик ведущих западных стран говорит о том, что инновационная экономика – это экономика общества, основанная на знаниях, инновациях, на доброжелательном восприятии новых идей, новых машин, систем и технологий, на готовности их практической реализации в различных сферах человеческой деятельности. Она выделяет особую роль знаний и инноваций, прежде всего знаний научных.

Инновационная экономика характеризуется следующими базовыми принципами, признаками и индикаторами:

- высокий индекс экономической свободы;
- высокий уровень развития образования и науки;
- высокое и конкурентоспособное качество жизни;
- высокое качество человеческого капитала в его широком определении;
- высокая доля инновационных предприятий (свыше 60–80 %) и инновационной продукции;
- замещение капиталов;
- конкуренция и высокий спрос на инновации;
- избыточность;
- инициация новых рынков;
- принцип разнообразия рынков.

Для развития инновационной экономики и стимулирования процесса формирования новых рынков необходимо создавать особую инновационную инфраструктуру и институты поддержки инновационного процесса. К ним следует отнести:

1. Независимую экспертизу исследовательских проектов, направлений исследований, а также научных и инженерных коллективов.

2. Законодательство, регулирующее отношения в сфере инновационной экономики.

3. Форсайт-центры, форсайт-проекты, создание дорожных карт, которые позволяют снизить риски внедрения новых продуктов и координировать усилия коллективов-разработчиков.

4. Разнообразные экспертные и футурологические сообщества и сети, позволяющие формировать видение будущего.

5. Специализированные образовательные центры (например Массачусетский технологический институт, Стэнфордский университет), институты и школы, позволяющие готовить не только ученых и инженеров, но и предпринимателей, способных к продвижению инновационных проектов.

6. Центры коммерциализации технологий и разработок.

3. Направления эффективного управления инновациями

Для обеспечения необходимых условий перехода экономики страны к инновационно ориентированной модели развития необходимы современные формы и методы, в совокупности представляющие собой механизм эффективного управления инновационными процессами.

Для изменения ситуации в лучшую сторону следует сконцентрировать внимание на следующих направлениях инновационного развития:

1. Контроль над производственными затратами. Неоправданно высокие затраты, обусловленные высокой энерго- и капиталоемкостью производства, существенным образом влияют на конкурентоспособность отечественной продукции на мировых рынках, и вследствие устойчивой тенденции к росту цен на энергоносители ситуация будет только усугубляться. Выход видится в активном использовании новейших ресурсосберегающих технологий и нововведений.

2. Повышение производительности труда. Отечественным предприятиям необходимо осваивать новые технологии организации труда с целью повышения экономической отдачи на одного работника. Это возможно как за счет инвестиций в подготовку персонала, так путем применения новых технологий производства.

3. Модернизация производственных фондов и приобретение современного высокотехнологичного оборудования. Износ промышленных фондов значительного количества российских производственных предприятий достиг критического уровня, вследствие чего становится невозможным долгосрочный рост производства и обеспечение конкурентоспособности промышленной продукции. Решение проблемы одно – массовое обновление и модернизация производства, приобретение новых современных технологий и их скорейшее освоение.

4. Разработка новых видов продукции на основе эффективного использования инновационных технологических решений. Необходимо на инновационной основе развивать производство и осваивать новую продукцию для выхода на новые рынки и удержания существующих позиций. Это достижимо лишь на основе технологических инноваций, которые трудно осуществимы без разработки и последовательной реализации инновационной политики.

5. Повышение уровня собственных НИОКР и эффективное управление интеллектуальным капиталом. Российские предприятия должны развивать базу НИОКР для использования ее результатов в собственном производстве, что неотъемлемо от эффективного управления созданием и использованием собственного интеллектуального капитала, например лицензирования научно-технических разработок.

Основные направления усиления государственной поддержки и стимулирования инноваций показаны на рис. 1.



Рис. 1. Основные направления усиления государственной поддержки и стимулирования инновационных процессов в России

В свете заявленных Правительством России намерений в отношении развития инновационной сферы следует рассматривать инновационную деятельность в качестве главного национального приоритета.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие инновационной экономики для России крайне актуально, так как Россия в развитии собственной экономики отстала от ведущих стран

на 1–2 уклада (5–6 в развитых странах и 3–4 в России). Так, в экономиках развитых стран доминируют биотехнологии, нанотехнологии, информация и т. д., в то время как отечественная экономика находится все еще на индустриальной стадии. Если положение сохранится, то разрыв в экономическом развитии будет неизбежно нарастать и России суждено оказаться на второстепенных ролях в мировой структуре распределения труда. Уже сейчас в развитых странах мира 75–90 % прироста ВВП обеспечиваются за счет роста инновационного сектора, а в России пока данный показатель находится только на уровне 10 %, что негативно сказывается на общей эффективности экономики. Так, по существующим оценкам, упущенная выгода России от инновационного отставания составляет 1214 млрд дол. в год. Доля топлива и сырья в мировом экспорте сокращается и прогнозируется менее 10 % к 2020 году. Поэтому для России сырьевой путь развития ведет не только к утере значимости в мировой экономике, но и к тому, что России придется очень жестко конкурировать с другими добывающими странами, у которых условия добычи полезных ископаемых намного более благоприятны.

Сырьевая модель развития экономики возможна, но она тупиковая. Мы должны сохранять существующие отрасли, но в части развития ставку делать на новые отрасли постиндустриальной экономики. У России высокий научный потенциал, но крайне разрозненный. Необходимо создание крупных и современных центров науки и образования.

Более того, если Россия планирует выход на новые мировые рынки, то именно инновационный рост поможет ей обеспечить такую возможность, т. к. инновации предполагают создание новых товаров, а значит, и создание новых рынков, при этом создавать рынки и занимать на них лидирующие позиции проще нежели пытаться закрепиться на уже существующих рынках с жесткой конкуренцией. Именно инновационный рост способен перевести экономику России на качественно новый уровень. Более того, России необходимо переходить от догоняющего роста экономики Запада к опережающему росту. При этом России не следует надеяться на возможность инновационного развития исключительно за счет покупки инновационных технологий за рубежом, т. к. нам, как правило, продают устаревающие технологии. Инновационный сценарий развития экономики является прорывным в отличие от экстенсивного, но при этом связан с необходимостью структурных изменений в экономике.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Азгальдов Г.Г., Костин А.В.* Интеллектуальная собственность, инновации и квалиметрия // *Экономические стратегии*, 2008. – № 2 (60). – С. 162–164.
2. *Гавров С.Н.* Модернизация во имя империи: социокультурные аспекты модернизационных процессов в России. – М.: УРСС, 2010.
3. *Гавров С.Н.* Модернизация России: постимперский транзит. – М.: МГУДТ, 2010.
4. *Гершман М.А.* Инновационный менеджмент. – М.: Маркет ДС, 2008. – 200 с.
5. *Гольдштейн Г.Я.* Стратегический инновационный менеджмент: Учеб. пособие. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004. – 267 с.
6. *Гришин А.В.* Государственное регулирование инновационно ориентированного развития российской экономики. – *Экономика природопользования*, 2008. № 4.
7. *Друкер Питер.* Бизнес и инновации. – М.: Вильямс, 2007. – 432 с.
8. *Кирьяков А.Г.* Воспроизводство инноваций в рыночной экономике (Теоретико-методологический аспект). – Ростов н/Д.: Изд-во РГУ, 2000.
9. *Межуев В.М.* Ценности современности в контексте модернизации и глобализации // *Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение»*. – 2009. – № 1. – *Философия. Политология*.
10. *Орлов А.И., Орлова Л.А.* Современные подходы к управлению инновациями и инвестициями // *Экономика XXI века*. – 2002. – № 12. – С. 3–26.
11. *Орешиников А.* Институциональные аспекты развития и взаимодействия национальных инновационных систем стран Европейского союза // *Журнал международного права и международных отношений*. – 2006.
12. *Попов А.И., Иванов С.А.* Истоки креативной экономики. Теоретические основы формирования инновационно-креативной экономики: переход от homo economicus к homo creator // *Креативная экономика*. – 2009. – № 5. – С. 3–12.
13. *Попов А.И.* Развитие теории управления человеческими ресурсами в трудах профессора Н.А. Горелова // *Известия СПбГУЭФ*. – 2008. – № 4 – С. 15.
14. *Тоффлер Э.* Третья волна. – М.: АСТ, 2004.
15. *Тоффлер Э., Тоффлер Х.* Революционное богатство. – М.: АСТ, 2007.
16. *Травин Д., Маргания О.* Европейская модернизация. – М., 2004.
17. *Тычинский А.В.* Управление инновационной деятельностью компаний: современные подходы, алгоритмы, опыт. – Таганрог: ТРТУ, 2006.
18. *Харгадон Эндрю.* Управление инновациями. Опыт ведущих компаний. *How Breakthroughs Happen. The Surprising Truth About How Companies Innovate*. – М.: Вильямс, 2007. – 304 с.

Бычков А.А.

Россия, г. Тула

Тульский филиал Российского государственного
торгово-экономического университета

Якушин Д.И., к.т.н., доцент – научный руководитель

ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ СЛОЖНОЙ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ В УСЛОВИЯХ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОГО ВЫБОРА

ВВЕДЕНИЕ

При принятии управленческих решений и прогнозировании возможных результатов лицо, принимающее решение, обычно сталкивается со сложной системой взаимозависимых компонент (ресурсы, желаемые исходы или цели, лица или группа лиц и т. д.), которую нужно проанализировать.

На современном этапе очень сложно принять решение о покупке чего-либо. Производители изо всех сил стараются насытить рынок товарами. Сильная конкуренция во всех сферах торговли подталкивает производителей к усовершенствованию своих изделий, введению в их состав измененных или принципиально новых функций. Это особенно видно на примере рынка бытовой техники. Огромное количество номенклатуры изделий и производителей, большое количество функций, которые в большей или меньшей степени нужны тому или иному человеку. Немаловажно также то, что цены на товары, которые представляются нам, имеют широкий диапазон. Это, конечно же, осложняет выбор.

С математической точки зрения выбор сложной бытовой техники – это многокритериальный выбор. Поскольку потребитель пытается получить максимальный набор нужных ему функций при минимальных затратах.

Целью нашей работы является рассмотрение алгоритма принятия решения о покупке товаров на рынке бытовой техники на примере стиральных машин.

Чтобы достичь цели требуется решить следующие задачи. *Во-первых*, определить, каким способом будет приниматься решение о покупке. Если выбираемым товаром будет стиральная машина, то для нее необходимо определится с базовым набором функций. В нашей работе

набор этих функций мы определили субъективно, исходя из необходимости каждой из них. В-третьих, необходимо определиться с моделями стиральных машин, обладающих именно этими функциями, ограничив помимо того и предельную цену на модель. И в-четвертых, необходимо определенным образом обработать исходные данные одним из способов оптимизации данных.

1. Методы оптимизации данных

Проблема принятия решения может быть сведена к решению оптимизационной задачи. Существуют несколько методов решения таких задач.

1. Метод главного критерия заключается в следующем:

$$\varphi = f_s \rightarrow \text{extr}; \quad v_i^- \leq f_s \leq v_i^+,$$

где φ – целевая функция;

v_i^-, v_i^+ – соответственно нижняя и верхняя допустимые грани i -й компоненты множества оценок V , т. е. $v_i^- = \min V_i, v_i^+ = \max V_i, i = 1, n$.

Здесь в виде целевой функции выбирается один, наиболее существенный критерий (в данном случае функция f_s), а остальные критерии f_i учитываются в виде ограничений. Для каждого критерия учитываются нижняя и верхняя допустимые грани i -й компоненты множества оценок V_i . Этот метод довольно прост, именно поэтому он встречается широкое применение, но он также имеет и существенные недостатки: первое – трудно определяются пороговые значения допустимых граней, и второе – при оценке альтернатив не учитывается значение других критериев.

2. Метод последовательной оптимизации критериев:

$$f_1 \succ f_2 \succ \dots \succ f_n; \quad \varphi = f_k,$$

где $k = \overline{1, n}$.

Этим методом можно пользоваться, если критерии возможно упорядочить по значимости. В виде целевой функции последовательно выбирается один из упорядоченных частных критериев. Оптимизация на каждом шаге осуществляется методом главного критерия с учетом предыдущих результатов – оптимальных значений более значимых критериев $f_1^*, f_2^*, \dots, f_{k-1}^*$ и допустимых отклонений от оптимума (уступок) $\Delta f_1, \Delta f_2, \dots, \Delta f_{k-1}$. Эту последовательную оптимизацию продолжают до получения единственно верного решения. В этом методе не исключены недостатки предыдущего.

3. Наиболее удачным, на наш взгляд, является метод свертки критериев. Этот метод используется, если можно измерить в количественной шкале относительную значимость частных критериев.

Разновидностью этого метода являются: метод аддитивной свертки:

$$\varphi = \sum_{i=1}^n \lambda_i \hat{f}_i \rightarrow \max,$$

где λ_i – относительный коэффициент значимости i -го частного критерия;
 \hat{f}_i – i -й частный критерий оптимальности в нормированном виде.

Операция нормирования позволяет исключить влияние на целевую функцию единиц измерения, величины интервала допустимых значений частного критерия, а также уточняет его экстремальность по максимуму;

Второй разновидностью является метод мультипликативной свертки:

$$\varphi = \prod_{i=1}^n f_i^{\gamma_i} \rightarrow \text{extr.}$$

Также на практике нашли свое применение методы логической и лингвистической свертки.

Основной проблемой использования методов свертки критериев является сложность определения относительных коэффициентов значимости частных критериев. Для решения этой проблемы можно воспользоваться методом анализа иерархии.

4. Метод анализа иерархий (АИП) базируется на системе принципов и аксиом, введенной американским математиком Т. Саати в 1986 г. на основе хорошо проработанной ранее теории представления весов суждений по собственным значениям матриц. Разработанная методология позволяет свести сложную задачу выбора из нескольких альтернатив к решению простых задач попарного сравнения явно заданных факторов. Для того чтобы делать такие сравнения, Саати ввел шкалу, применимость которой впоследствии была всесторонне экспериментально проверена (табл. 1).

Как отмечает ряд авторов, масштаб этой шкалы является лучшим по сравнению с масштабами других шкал в части линейного превращения качественных предпочтений экспертов и количественно заданных показателей в суммарный вес соответствующей альтернативы. Полученные веса затем могут использоваться для выбора приоритетных альтернатив.

Влияние факторов на выбранную цель. Шкала Саати

Степень влияния	Значение
Равное	1
Умеренное превосходство одного фактора над другим	3
Существенное или сильное превосходство	5
Значительное превосходство	7
Очень сильное превосходство	9
Примечание: Если оценка показателя i выражена числовым значением x относительно показателя j , то оценку показателя j выражают обратным значением ($1/x$) по отношению к показателю i .	

Рассматриваемая методология и применяемые в ее рамках методы анализа иерархий были тысячекратно проверены на практике. Именно это является важным преимуществом и гарантией эффективного использования данной методологии в решении такой сложной задачи, как принятие решения о покупке в условиях многокритериального выбора.

Благодаря трем главным функциям – иерархическое разложение сложных многокритериальных задач на ряд простых, количественное и качественное измерение важности факторов и показателей, оценка весов факторов и показателей и последующий синтез общего решения – метод АНР получил широкое использование в решении разнообразных задач.

Можно выделить следующие этапы АНР:

- 1) очертить проблему и определить, что мы хотим;
- 2) построить иерархию (цель, критерии, альтернативы);
- 3) построить множество матриц парных сравнений для каждого из нижних уровней по одной матрице для каждого элемента, примыкающего сверху уровня;
- 4) проверить индекс согласованности каждой матрицы;
- 5) использовать иерархический синтез для взвешивания собственных векторов весами критериев и вычислить сумму по всем соответствующим взвешенным компонентам собственных векторов уровня иерархии, лежащего ниже.

2. Использование метода анализа иерархий для оценки стиральных машин

В качестве примера мы решили показать, как с помощью АНР можно принять решение относительно покупки сложной бытовой техники. В качестве объектов исследования из огромного ряда этой техники мы

взяли 5 стиральных машин разных производителей, по ценовому ряду – до 23 000 рублей (далее по тексту модели машин обозначены как А1, А2, А3, А4, А5).

Был проведен анализ этих стиральных машин на предмет их желательности для потребителей. Для сравнения были взяты 12 независимых характеристик: потребляемая мощность (*a*), класс энергопотребления (*b*), расход воды (*c*), класс стирки (*d*), класс отжима (*e*), количество программ (*f*), максимальная загрузка (*g*), материал бака (*h*), скорость отжима (*i*), тип загрузки (*k*), тип управления (*l*) и цена единицы товара (*m*). Функциональный набор отобранных стиральных машин представлен в табл. 2.

Таблица 2

Функции анализируемых моделей стиральных машины

Функции	Gorenje WA 50120 (A1)	Beko Wkd 65100 (A2)	Candy GoY0850D (A3)	Whirlpool AWE 10727 (A4)	Electrolux Time Manager (A5)
Потребляемая мощность (кВт) (<i>a</i>)	0,95	0,95	0.85	0,93	1,19
Класс энергопотребления (<i>b</i>)	A	A	A ⁺	A ⁺	A ⁺
Расход воды (л) (<i>c</i>)	49	45	54	47	54
Класс стирки (<i>d</i>)	A	A	A	A	A
Класс отжима (<i>e</i>)	C	C	D	B	C
Количество программ (<i>f</i>)	15	20	12	11	19
Максимальная загрузка (кг) (<i>g</i>)	5	4,	5	5,5	7
Материал бака (<i>h</i>)	Карботек	Пластик	Пластик	Нержавеющая сталь	Карборан
Скорость отжима (об./мин.) (<i>i</i>)	1200	1000	800	1200	1000
Тип загрузки (<i>k</i>)	Фротальная	Фронтальная	Фронтальная	Вертикальная	Фронтальная
Тип управления (<i>l</i>)	Механическое	Электронное	Электронное	Электронное	Электронное
Цена товара (руб.) (<i>m</i>)	12 673	10 131	11 891	21 000	22 000

Иерархия по принятию решения о выборе данного товара для потребителя представлена на рис. 1.

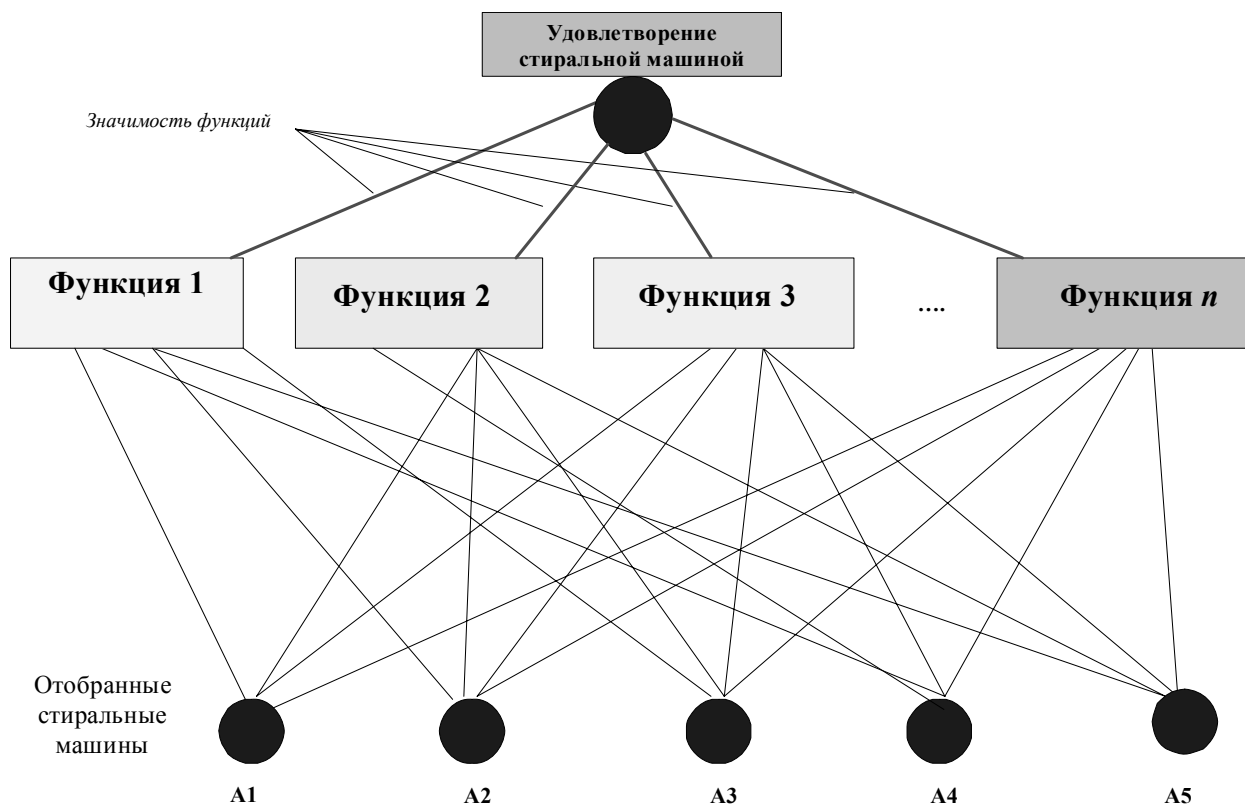


Рис. 1. Иерархия удовлетворения стиральной машиной

На первом этапе определяют весовые коэффициенты, показывающие относительную значимость каждого критерия для потребителя. Для этого осуществляется попарное сравнение (сопоставление) выбранных критериев. Такое сравнение может быть сделано с использованием точных математических моделей, учитывающих все факторы, от которых зависят эти критерии, и все результаты, на которые они влияют. Но на практике каждый потребитель самостоятельно определяет важность того или иного критерия для себя самого с помощью интуиции, знаний и собственного желания.

Для сравнения в работе была использована уже упоминавшаяся выше шкала предпочтений Т. Саати.

Если потребляемая мощность и класс энергопотребления для конкретного потребителя одинаково предпочтительны, то обоим показателям присваивается по 1 баллу. Если потребитель считает, что потребляемая мощность важнее, чем расход воды (умеренное предпочтение), то первому критерию присваивается 3 балла. Аналогично можно установить, что материал бака гораздо важнее, чем потребляемая мощность и присвоить ему

7 баллов. Затем попарно сравниваются класс энергопотребления и потребляемая мощность, класс энергопотребления и расход воды, скорость отжима и класс стирки и т. д. Результаты сравнения сведены в табл. 3.

Таблица 3

Матрица попарных сравнений функции

Отобранные функции	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>d</i>	<i>e</i>	<i>f</i>	<i>g</i>	<i>h</i>	<i>i</i>	<i>k</i>	<i>l</i>	<i>m</i>
<i>a</i>	1	1	3	1/3	3	1/3	1/5	1/7	1/3	3	5	3
<i>b</i>		1	1/3	1/5	5	5	1/4	1/5	1/4	2	4	3
<i>c</i>			1	3	3	4	1/3	3	3	4	4	4
<i>d</i>				1	3	4	1/3	1/3	1/4	2	3	2
<i>e</i>					1	3	1/4	1/4	1	1/3	4	1/3
<i>f</i>						1	1/4	1/4	1/3	1/3	3	1/4
<i>g</i>							1	3	3	5	7	5
<i>h</i>								1	2	3	5	4
<i>i</i>									1	4	7	3
<i>k</i>										1	4	1/5
<i>l</i>											1	1/7
<i>m</i>												1

Для каждой матрицы вычислялся определенный набор показателей:

1. λ_{\max} – максимальное или главное собственное значение, используется для оценки согласованности, отражающей пропорциональность предпочтений. Чем ближе λ_{\max} к *n* (числу объектов или видов действия в матрице), тем более согласован результат.

2. ИС – индекс согласованности, отражает отклонение от согласованности, вычисляется, как $(\lambda_{\max} - n)/(n-1)$.

СИ – индекс согласованности, сгенерированной случайным образом по шкале от 1 до 9 обратно симметричной матрицы с соответствующими обратными величинами элементов.

Таблица 4

Средние СИ для матриц порядка от 1 до 15 на базе 100 случайных выборок

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
0,00	0,00	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,51	1,48	1,56	1,57	1,59

3. ОС – отношение согласованности, отношение ИС к среднему СИ для матрицы того же порядка. Значения ОС, меньшее или равное 0,10, считается приемлемым.

Для матрицы попарных сравнений эти показатели равны: $\lambda_{\max} = 15,237$; ИС = 0,115; ОС = 0,078.

Так как значение ОС меньше, чем 0,10, то будем считать, что матрица согласованна.

После построения матрицы попарных сравнений мы должны получить вектор приоритетов, который покажет вес каждого критерия для конкретного потребителя. Для того чтобы построить вектор приоритетов, нужно сначала умножить n элементов каждой строки, а потом извлечь корень n -й степени, а также нормализовать полученные числа. Полученный вектор приоритетов представлен на рис. 2.

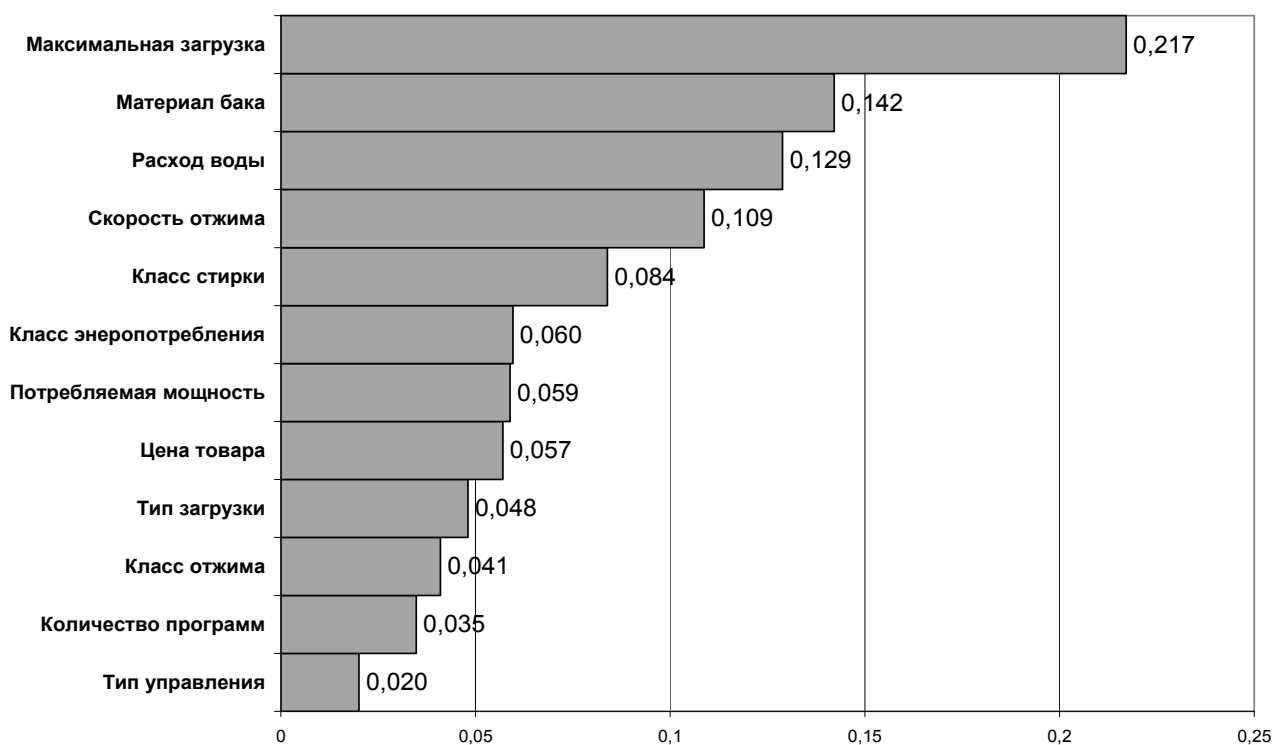


Рис. 2. Вектор приоритетов матрицы попарных сравнений

По данным вектора попарных сравнений, для потребителя при выборе стиральной машины наиболее важен критерий максимальной загрузки.

На втором этапе стиральные машины попарно сравнивают по каждому показателю. Вначале все выбранные стиральные машины сравнивают по критерию потребляемой мощности. Затем эту операцию повторяют для остальных 11 критериев. Попарное сравнение стиральных машин осуществляют либо по субъективным требованиям потребителя, либо

с использованием точных математических моделей. С использованием процедуры, аналогичной, применявшейся на первом этапе, по каждому критерию определяют весовой коэффициент стиральной машины.

Проведем сравнение стиральных машин по критерию потребляемой мощности и класса энергопотребления.

Таблица 5

Сравнение стиральных машин по критериям «потребляемая мощность» и «класс энергопотребления»

	Потребляемая мощность					Класс энергопотребления				
	A1	A2	A3	A4	A5	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	1	5	3	1/4	1	1	1/3	1/3	1/3
A2	1	1	5	3	1/4	1	1	1/3	1/3	1/3
A3	1/5	1/5	1	1/3	1/7	3	3	1	1	1
A4	1/3	1/3	3	1	1/4	3	3	1	1	1
A5	4	4	7	4	1	3	3	1	1	1

Основные показатели матрицы по критерию потребляемой мощности:

$$\lambda_{\max} = 5,228; \text{ИС} = 0,057; \text{ОС} = 0,051.$$

По критерию класса энергопотребления – $\lambda_{\max} = 5; \text{ИС} = 0,00; \text{ОС} = 0,00.$

Векторы приоритетов по данным матрицам и в дальнейшем будут рассчитываться по указанной схеме. Они представлены на рис. 3.

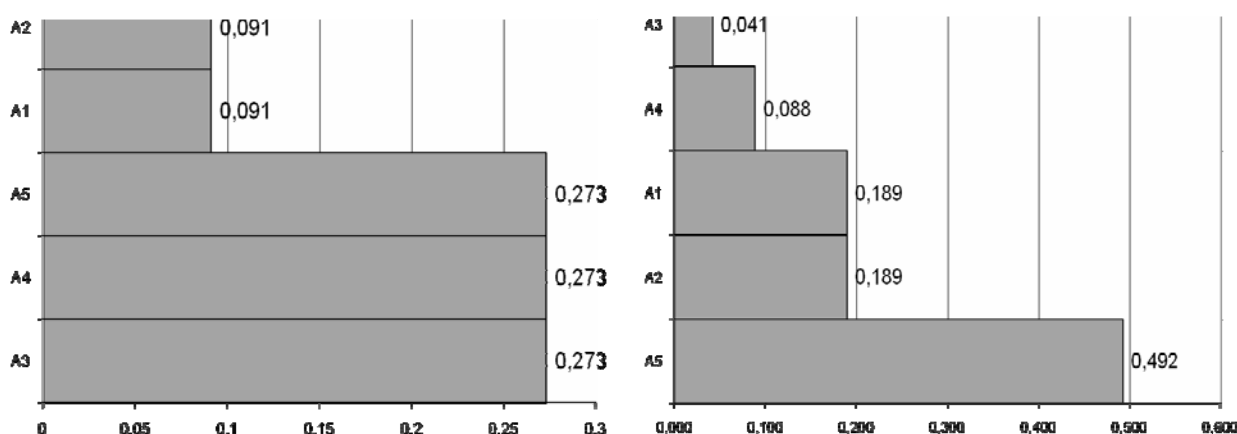


Рис. 3. Векторы приоритетов по критериям «потребляемая мощность» (слева) и «класс энергопотребления» (справа)

По вектору приоритетов по критерию потребляемой мощности заметно, что лидирует стиральная машина *A5*.

По вектору приоритетов по критерию класса энергопотребления видно, что стиральные машины под номерами 3, 4, 5 наиболее выделяются.

Проведем сравнение стиральных машин по критерию «расход воды» и «класс стирки» (табл. 6).

Таблица 6

Сравнение стиральных машин по критериям «расход воды» и «класс стирки»

	Расход воды					Класс стирки				
	A1	A2	A3	A4	A5	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	1/3	3	1	3	1	1	1	1	1
A2	3	1	5	2	5	1	1	1	1	1
A3	1/3	1/5	1	1/3	1	1	1	1	1	1
A4	2	1/2	3	1	3	1	1	1	1	1
A5	1/3	1/5	1	1/3	1	1	1	1	1	1

Основные показатели матрицы по критерию «расход воды»: $\lambda_{\max} = 5,215$; ИС = 0,054; ОС = 0,048.

По критерию «класс стирки»: $\lambda_{\max} = 5$; ИС = 0,0; ОС = 0,0.

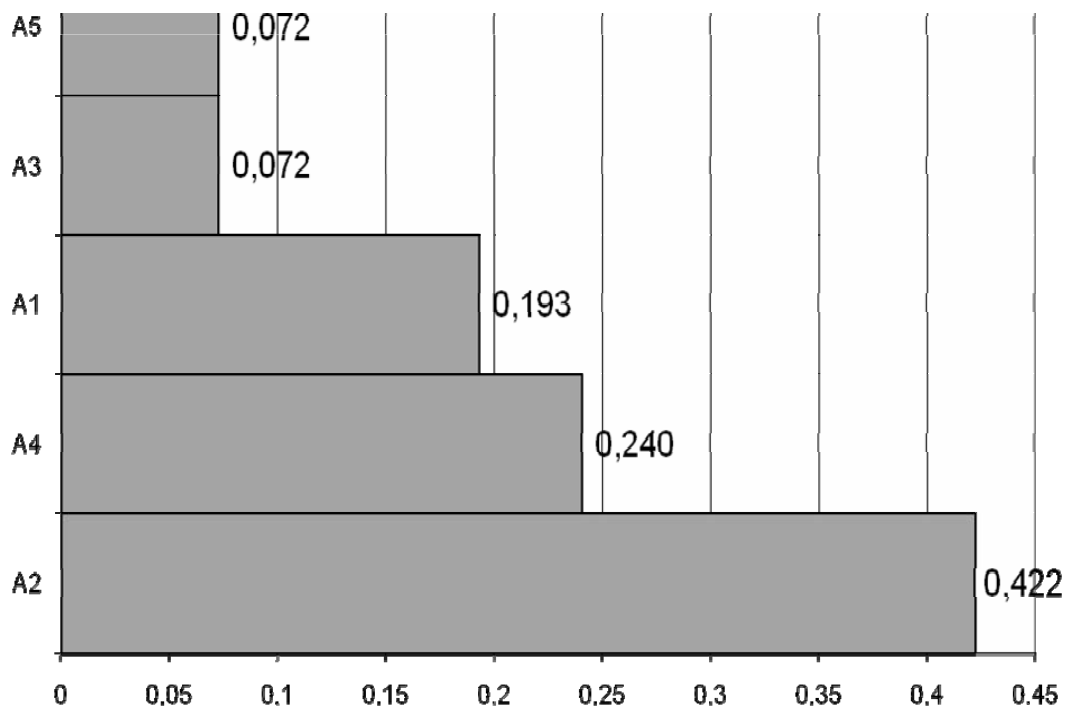


Рис. 4. Вектор приоритетов по критерию «расход воды»

По вектору приоритетов по критерию расхода видно, что лидирует стиральная машина *A2*.

По вектору приоритетов матрицы попарных сравнений по критерию класса стирки все стиральные машины идентичны.

Проведем сравнение стиральных машин по критерию класса отжима и количества программ (табл. 7).

Таблица 7

Сравнение стиральных машин по критериям «класс отжима» и «количество программ»

	Класс отжима					Количество программ				
	A1	A2	A3	A4	A5	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	1	3	1/3	1	1	3	1/2	1/2	3
A2	1	1	3	1/3	1	1/3	1	1/4	1/4	1
A3	1/3	1/3	1	1/4	1/3	2	4	1	1	3
A4	3	3	4	1	3	2	4	1	1	4
A5	1	1	3	1/3	1	1/3	1	1/3	1/4	1

Основные показатели матрицы по критерию «класс отжима»: $\lambda_{\max} = 5,08$; ИС = 0,02; ОС = 0,018.

По критерию «количество программ» – $\lambda_{\max} = 5,046$; ИС = 0,011; ОС = 0,0102.

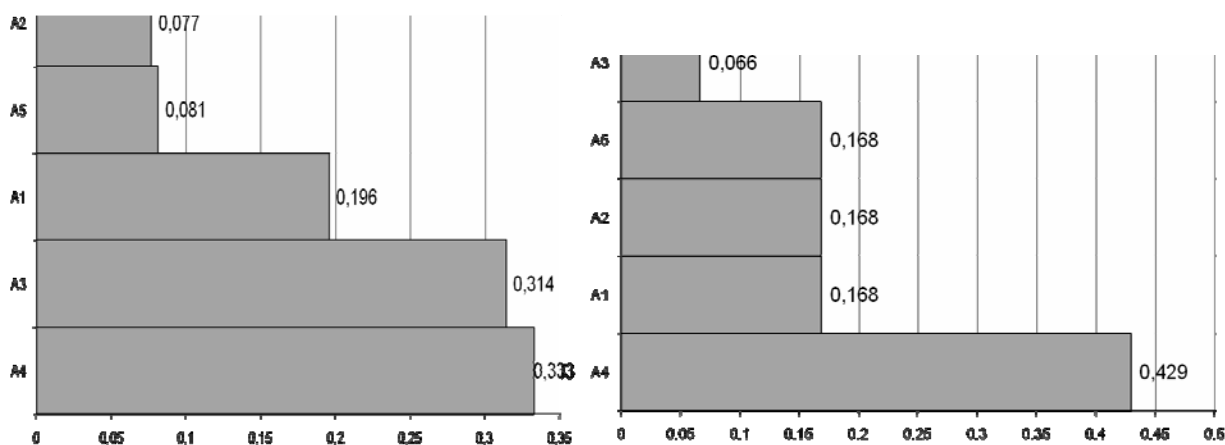


Рис. 5. Векторы приоритетов по критериям «класс отжима» (слева) и «количество программ» (справа)

По вектору приоритетов по критерию класса отжима наиболее выделяется стиральная машина № 4.

По вектору приоритетов по критерию количества программ выделяются стиральные машины № 3,4.

Проведем сравнение стиральных машин по критерию максимальной загрузки и материала бака (табл. 8).

**Сравнение стиральных машин по критериям «максимальная загрузка»
и «материал бака»**

	Максимальная загрузка					Материал бака				
	A1	A2	A3	A4	A5	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	2	1	1/2	1/4	1	3	3	1/5	1
A2	1/2	1	1/2	1/3	1/5	1/3	1	1	1/7	1/3
A3	1	2	1	1/2	1/4	1/3	1	1	1/7	1/3
A4	2	3	2	1	1/3	5	7	7	1	5
A5	4	5	4	3	1	1	3	3	1/5	1

Основные показатели матрицы по критерию «максимальная загрузка»: $\lambda_{\max} = 5,05$; ИС = 0,012; ОС = 0,0115

По критерию «материал бака»: $\lambda_{\max} = 5,094$; ИС = 0,023; ОС = 0,0209.

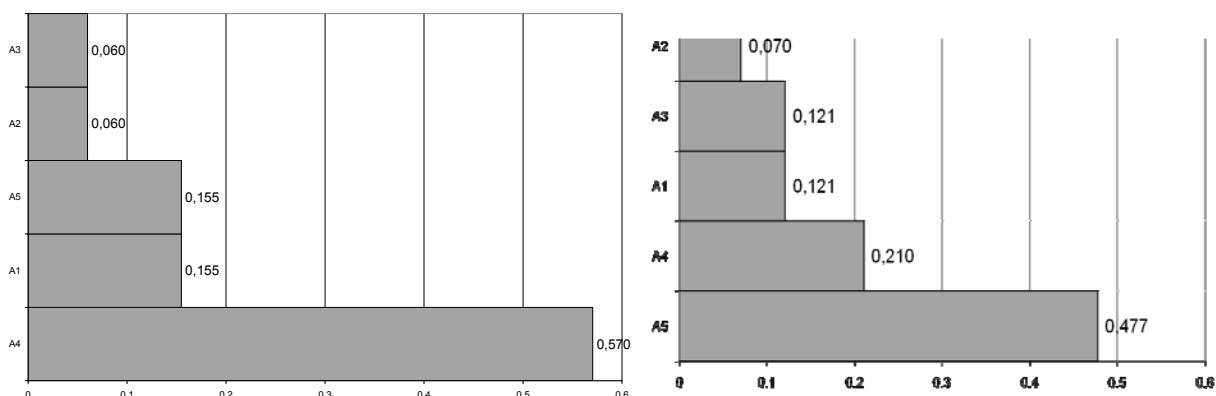


Рис. 6. Векторы приоритетов по критериям «максимальная загрузка» (слева) и «материал бака» (справа)

По вектору приоритетов по критерию максимальной загрузки наиболее выделяется стиральная машина № 5.

По вектору приоритетов по критерию количества программ выделяется стиральная машина № 4.

Проведем сравнение стиральных машин по критерию «скорость отжима» (табл. 9).

Сравнение стиральных машин по критериям «скорость отжима» и «тип загрузки»

	Скорость отжима					Тип загрузки				
	A1	A2	A3	A4	A5	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	3	7	1	3	1	1	1	2	1
A2	1/3	1	3	1/3	1	1	1	1	2	1
A3	1/7	1/3	1	1/7	1/3	1	1	1	2	1
A4	1	3	7	1	3	1/2	1/2	1/2	1	1/2
A5	1/3	1	3	1/3	1	1	1	1	2	1

Основные показатели матрицы по критерию «скорость отжима»:
 $\lambda_{max} = 5,01$; ИС = 0,0025; ОС = 0,002.

Основные показатели матрицы по критерию «тип загрузки»:
 $\lambda_{max} = 5$; ИС = 0,0; ОС = 0,0.

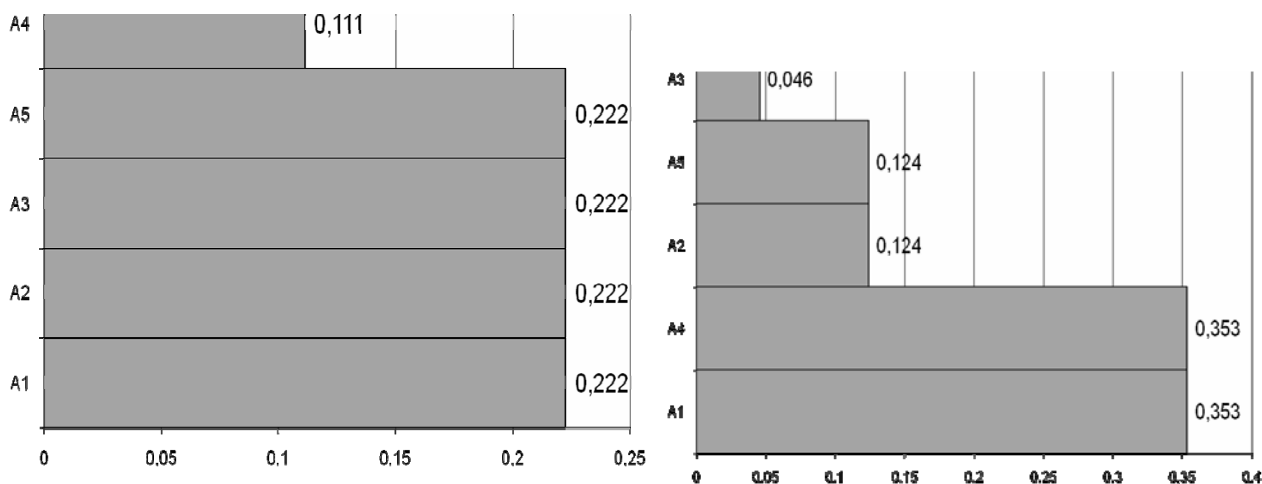


Рис. 7. Векторы приоритетов по критериям «скорость отжима» (слева) и «тип загрузки» (справа)

По вектору приоритетов по критерию «скорость отжима» выделяются стиральные машины № 1 и 4.

По вектору приоритетов по критерию «тип загрузки» выделяются стиральные машины № 1, 2, 3, 5.

Проведем сравнение стиральных машин по критериям «тип управления» и «цена товара» (табл. 10).

Таблица 10

Сравнение стиральных машин по критерию «тип управления» и «цена товара»

	Тип управления					Цена товара				
	A1	A2	A3	A4	A5	A1	A2	A3	A4	A5
A1	1	3	3	3	3	1	1,657	1,736	0,938	0,799
A2	1/3	1	1	1	1	0,603	1	0,852	0,482	0,461
A3	1/3	1	1	1	1	0,603	1,174	1	0,566	0,541
A4	1/3	1	1	1	1	1,066	2,073	1,766	1	3
A5	1/3	1	1	1	1	1,251	2,172	1,85	0,333	1

Значения в матрице попарных сравнений по критерию «цена товара» были получены прямым делением цен сравниваемых стиральных машин.

Основные показатели матрицы по критерию «тип управления»:
 $\lambda_{max} = 5$; ИС = 0,0; ОС = 0,0.

Основные показатели матрицы по критерию «цена товара»:
 $\lambda_{\max} = 5,778$; ИС = 0,195; ОС = 0,174

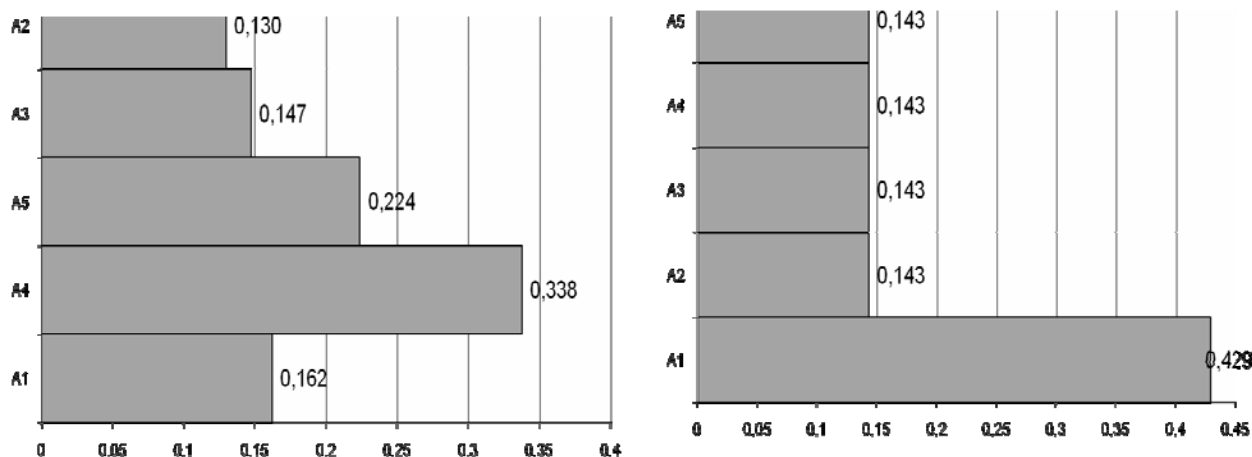


Рис. 8. Векторы приоритетов по критериям «тип управления» (слева) и «цена товара» (справа)

По вектору приоритетов матрицы по критерию «тип управления» выделяется стиральная машина № 1.

По вектору приоритетов матрицы по критерию «цена товара» выделяется стиральная машина № 4.

На третьем этапе определяют окончательно подходящую по нужным потребителю функциям и по цене стиральную машину.

Получаем матрицу путем нормирования предыдущих матриц критериев для каждой отдельной стиральной машины (табл. 11).

Таблица 11

Итоговая нормированная матрица по всем критериям среди выбранных стиральных машин

От- бранные функции	a	b	c	d	e	f	g	h	i	k	l	m
A1	0,189	0,091	0,193	0,2	0,168	0,196	0,121	0,155	0,353	0,22	0,429	0,22
A2	0,189	0,091	0,422	0,2	0,168	0,077	0,07	0,06	0,124	0,22	0,143	0,12
A3	0,041	0,273	0,072	0,2	0,066	0,314	0,121	0,06	0,046	0,22	0,143	0,139
A4	0,088	0,273	0,24	0,2	0,429	0,333	0,21	0,57	0,353	0,11	0,143	0,31
A5	0,492	0,273	0,072	0,2	0,168	0,081	0,477	0,155	0,124	0,22	0,143	0,209

Далее, перемножая данную матрицу на вектор приоритетов начальной матрицы, получаем конечную оценку стиральных машин для конкретного потребителя.

В нашем случае имеем:

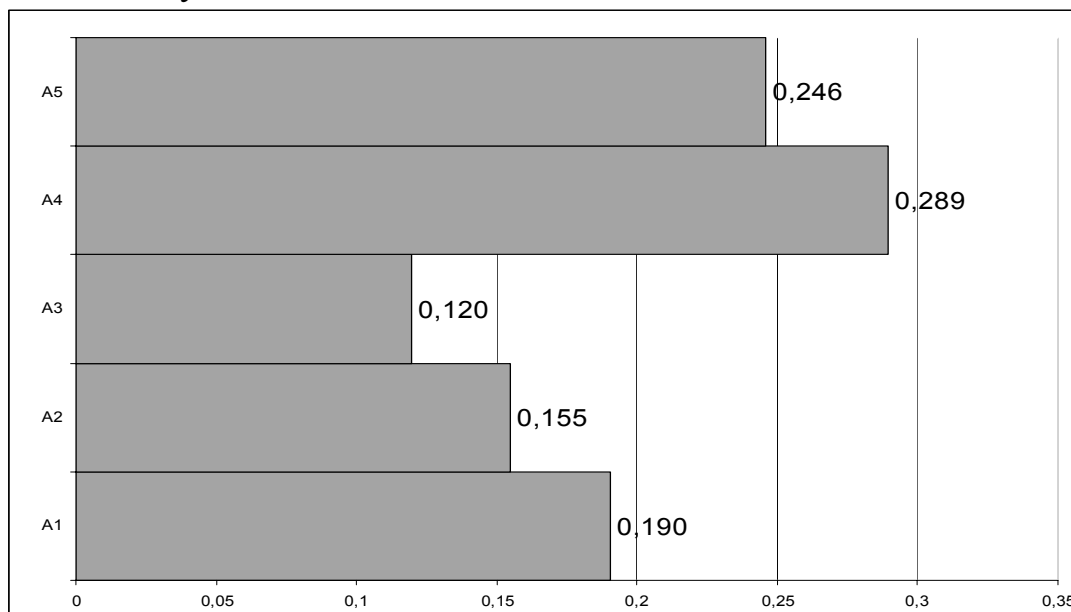


Рис. 9. Конечная оценка стиральных машин для конкретного потребителя

Из рисунка видно, что для данного потребителя наиболее подходит стиральная машина № 4 – Whirlpool AWE 10727.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что метод анализа иерархий является неоценимым инструментом принятия решений, в случае когда выбор основывается на множестве различных (количественных и качественных) параметров. При реализации метода сложная задача оценки альтернатив сразу по нескольким показателям заменяется множеством простых задач парных сравнений.

Таким образом, потребитель, применяя метод анализа иерархий, имеет возможность упростить принятие своего решения относительно покупки сложной бытовой техники с учетом своих субъективных, возможно даже, и противоречивых требований к свойствам этого товара.

ЛИТЕРАТУРА

1. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. – М.: Радио и связь, 1993. – 320 с.
2. Литвин В.Г., Попова Т.И. Оценка рисков кредитования с использованием метода анализа иерархий // Банковское дело. – 2005. – № 12. – С. 36–42.

Гончарова Н.А.

Россия, Санкт-Петербург

Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет

Бородулина С.А., к.э.н., доцент – научный руководитель

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РОССИИ

ВВЕДЕНИЕ

Переход России к инновационной экономике требует наличия в стране развитой транспортной инфраструктуры. Пока состояние этой отрасли экономики не соответствует современным требованиям: высока степень износа используемого оборудования, многие объекты транспортной инфраструктуры отслужили плановые сроки эксплуатации и не подвергались капитальному ремонту, не обладают характеристиками, позволяющими обеспечивать потребности страны в условиях использования новых технологий. Никакие государственные затраты на развитие науки и внедрение ее достижений в производство не позволят реализовать инновационный потенциал страны, если в России не будет работать развитая транспортная система.

В последние годы мы видим готовность государства направить имеющиеся в стране ресурсы на финансирование инновационного прорыва, но бюджет, как известно, не резиновый, денег на все проекты у государства не хватит, поэтому необходимо обеспечить взаимодействие государства и бизнеса в модернизации страны.

Механизм ГЧП позволил бы решить государственную задачу создания современной транспортной инфраструктуры, не затрачивая значительных средств из бюджета, и обеспечить высокое качество возводимых объектов и их эффективную эксплуатацию. Развитие механизмов ГЧП – одно из условий перехода страны от сырьевой экономики к инновационной. Все это и определяет актуальность темы нашего исследования.

Цель научной работы: изучение возможностей использования механизма государственно-частного партнерства в транспортном комплексе России. Для достижения этой цели поставлены следующие задачи:

- анализ действующего законодательства в области государственно-частного партнерства;
- изучение опыта использования различных форм ГЧП в развитии транспортной инфраструктуры;
- выявление наиболее перспективных для транспортного комплекса России форм ГЧП;
- исследование возможностей сокращения рисков и повышения эффективности проектов ГЧП;
- рассмотрение особенностей использования механизма ГЧП в транспортном комплексе Санкт-Петербурга.

Объектом исследования является транспортная инфраструктура России.

Предметом исследования является процесс использования механизма государственно-частного партнерства в развитии транспортно-логистической инфраструктуры России.

1. Сущность и основные формы ГЧП

По данным зарубежных исследований, достаточное финансирование транспортной отрасли составляет 4 % ВВП, в развивающихся экономиках этот показатель может достигать до 8 %. В России в настоящее время он составляет около 2 % [6]. В условиях дефицита инвестиционных ресурсов в качестве источников финансирования инфраструктурных проектов может использоваться:

- выделение дополнительных бюджетных ассигнований;
- введение дополнительных целевых налогов и сборов для пользователей услуг транспортной инфраструктуры;
- привлечение заемных средств под гарантии Правительства;
- привлечение внебюджетных инвестиций с использованием механизмов государственно-частного партнерства.

Наиболее эффективным и перспективным способом взаимодействия государства и бизнеса на современном этапе в России является механизм государственно-частного партнерства. «Использование ГЧП позволяет увязать в единое целое ресурсы и возможности государства, регионов, бизнеса, снизить риски участников проекта, распределить их зоны ответственности, согласовать интересы», – отметил премьер-министр страны В.В. Путин [12].

Сфера применения ГЧП в транспортном комплексе России включает в себя строительство платных автомобильных дорог, развитие городского

пассажирского транспорта, строительство морских терминальных комплексов, реконструкцию аэропортов, железнодорожное строительство в районах освоения новых месторождений, а также создание сложных информационных систем по управлению движением грузов. С функционированием всех вышеуказанных объектов в России на современном этапе связаны серьезные проблемы, т. к., очевидно, они имеют общественную, во многих случаях общенациональную значимость, обеспечивают условия для устойчивого развития, экономическую безопасность страны. Состояние многих из этих объектов сегодня весьма удручающее, ощущается их острая нехватка.

Нормативно-правовая база ГЧП в транспортном комплексе России на сегодняшний день представлена следующими документами:

- Транспортной стратегией РФ на период до 2030 г.;
- ФЦП «Модернизация транспортной системы России» (2002–2010 гг.);
- ФЗ РФ «О концессионных соглашениях» № 115 от 21.07.2005 г. (ред. от 04.12.2007);
- Законом Санкт-Петербурга «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах» от 20.12.2006 г.;
- Постановлением Правительства РФ от 5 марта 2010 г. № 128 «О предоставлении в 2010 году государственных гарантий Российской Федерации».

Транспортной стратегией РФ на период до 2030 г. предусмотрены следующие меры по развитию механизмов ГЧП в данной сфере: разработка концепции и стратегии государственно-частного партнерства в транспортном секторе; разработка нормативно-правовой базы для применения механизмов государственно-частного партнерства; создание системы управления и организационно-экономической модели государственно-частного партнерства в транспортном секторе; определение сегментов транспортной инфраструктуры, для развития которых целесообразно применение механизмов государственно-частного партнерства; обеспечение прав и ответственности участников процесса государственно-частного партнерства в природоохранных и экологических аспектах реализации крупных проектов; создание системы информирования общества и обеспечение обсуждения проектов, реализация которых осуществляется с применением форм государственно-частного партнерства [1].

Примеры использования ГЧП в современной России уже есть (скоростная автомагистраль Москва-Санкт-Петербург (15–58 км), Западный

скоростной диаметр в Санкт-Петербурге, автодорога М-4 «Дон», выход на МКАД федеральной автодороги М-1 «Беларусь» Москва–Минск, автодорога Кабардинка–Краснодар–Абинск). Планируется строительство на условиях ГЧП Орловского тоннеля под Невой, соглашение по которому заключено в ходе проведения Петербургского международного экономического форума–2010.

На федеральном уровне уже оформлены некоторые институты механизма реализации ГЧП. Одним из важнейших инструментов ГЧП является Инвестиционный фонд РФ, который создает возможность реализации частным бизнесом проектов, имеющих стратегическое значение. Кроме того, созданы и обеспечены достаточными ресурсами Российская венчурная компания, ГК Банк развития и внешнеэкономической деятельности и Центр развития ГЧП при нем, ГК Роснано, ГК Ростехнологии, содействующие разработке и внедрению новых проектов. На современном этапе требуется ускоренное включение этих институтов в промышленно-экономическое пространство страны.

Основными механизмами ГЧП в транспортном комплексе РФ сегодня являются:

- государственный контракт;
- инвестиционное соглашение;
- приватизация;
- аренда государственного или муниципального имущества частным арендатором;
- финансирование с участием государства (кредитование от Банка Развития; финансирование из Инвестфонда РФ);
- концессия.

Рассмотрим подробнее эти механизмы.

Государственный контракт представляет собой административный договор, заключаемый между государством (органом местного самоуправления) и частной компанией на осуществление определенных видов деятельности (выполнение работ, оказание услуг, поставку продукции для государственных нужд, оказание технической помощи). Возврат инвестиций осуществляется путем того, что госзаказчик выплачивает исполнителю твердую сумму. В административных контрактных отношениях право собственности не передается частному партнеру, расходы и риски полностью несет государство. Интересы частного партнера заключаются в том, что по договору он получает право на оговариваемую долю в доходе, прибыли или собираемых платежах. Чаще всего эта форма ГЧП в России

применяется в строительстве автомобильных и железных дорог. Недостатком такой формы ГЧП является то, что у частного партнера не возникает непосредственной заинтересованности в качестве и долговечности объекта транспортной инфраструктуры, т. к. эксплуатировать объект будет государство. Кроме того, при проведении конкурсов на госконтракты определяющим показателем чаще всего выступает заявленная цена, а не уровень качества выполняемых работ. Это нередко приводит к существенному превышению затрат и отставанию от графика на этапе реализации, а также необходимости повторных инвестиций в модернизацию того же объекта транспортно-логистической инфраструктуры.

Под долгосрочными инвестиционными соглашениями понимаются соглашения, заключаемые между РФ, субъектом РФ или муниципалитетом и частным инвестором, в соответствии с которым последний обязуется осуществлять капитальные вложения в объект, принадлежащий на праве собственности РФ. Инвестор окупает вложенные инвестиции за счет зачета арендной платы при эксплуатации объекта.

Аренда государственного или муниципального имущества частным арендатором в нашей стране применяется в традиционной форме (договор аренды) и в форме лизинга. Особенность арендных отношений между властными структурами и частным бизнесом заключается в том, что на определенных договором условиях происходит передача частному партнеру государственного или муниципального имущества во временное пользование за определенную плату. Частный оператор окупает инвестиции за счет эксплуатации, выплачивает арендную плату за пользование объектом и несет проектные риски. Такая схема находит применение, в основном, в обслуживании аэропортов. Недостатком этой формы ГЧП является отсутствие у частного партнера интереса к модернизации и совершенствованию объекта инфраструктуры, поскольку по истечении срока аренды он возвращается в собственность государства. С учетом этого более предпочтительным является применение договора лизинга, по которому лизингополучатель всегда имеет право выкупа государственного или муниципального имущества.

Такая форма ГЧП, как финансирование с участием государства, включает в себя кредитование от Банка Развития и финансирование из Инвестфонда РФ. Бюджетные ассигнования за счет средств Инвестфонда предоставляются в виде прямого бюджетного инвестирования в строительство объекта инфраструктуры федерального значения, внесения средств в уставный капитал проектной компании, соинвестирования со-

вместно с бюджетом субъекта РФ. Проблемой этой формы ГЧП является сложность подготовки заявки на получение бюджетных ассигнований за счет средств Инвестфонда. В качестве основного риска при реализации этого инструмента следует рассматривать частые законодательные корректировки процедур и правил работы Инвестфонда РФ.

Концессия (*лат. concessio* – разрешение, уступка) – договор о передаче принадлежащих государству или местным органам власти хозяйственных объектов в эксплуатацию на временный срок фирмам или частным лицам, вкладывающим средства в их освоение. Согласно международному праву государство может прекратить действие концессии по истечении договорного срока. Концедент может принимать на себя отдельные риски, в том числе гарантировать уровень доходности, либо производить выплаты в зависимости от эксплуатационной готовности или иные компенсационные платежи.

Целесообразность применения концессионных соглашений при сооружении автомобильных дорог, туннелей и мостов объясняется тем, что государство стремится держать под контролем стратегическую транспортную сеть. Кроме того, для реализации таких проектов необходимы крупные первоначальные инвестиции. При использовании концессионных соглашений снижаются затраты на эксплуатацию объектов инфраструктуры. Главное преимущество этой формы ГЧП заключается в том, что обязательным условием концессии является осуществление концессионером инвестиций в целях улучшения передаваемого или создания нового имущества с последующей его передачей в государственную или муниципальную собственность.

Наиболее удачные примеры использования концессий в прошлом – строительство Суэцкого канала в 1869 г. и транспортной развязки через Темзу в 1986 г. Сегодня 1/3 автодорог Западной Европы функционирует на условиях концессий [8]. В историческом опыте России такими примерами являются Транссибирская магистраль и персидская концессия для Кавказской железной дороги 1920 гг. В качестве неудачных примеров использования концессий можно отметить проект развитой инфраструктуры под Ла-Маншем, а также признанную некупаемой платную автодорогу между Венгрией и Австрией [11]. Причинами неудач стали недостаточно квалифицированная оценка проекта, ошибки при расчете объема реализации услуг, привлечение к работе над проектами случайных подрядчиков, поверхностный первоначальный анализ проектных рисков и существенное превышение затрат, и отставание от графика на этапе реализации.

Основными видами концессий в РФ на сегодняшний день являются:

- концессии с полной оплатой пользования платными дорогами (пользователь платит значительную часть стоимости строительства и содержания дорог);
- концессии с условной системой оплаты за пользование платными дорогами (государственные власти платят строителю).

Основные типы концессионных соглашений, применяемые в транспортной отрасли России: BOT (Build – Operate – Transfer) – «Строительство – управление – передача», BTO (Build – Transfer – Operate) – «Строительство – передача – управление», BOO (Build – Own – Operate) – «Строительство – владение – управление», BOOT (Build – Own – Operate – Transfer) – «Строительство – владение – управление – передача», BBO (Buy – Build – Operate) – «Покупка – строительство – управление».

Объектом концессионного соглашения является недвижимое имущество, входящее в состав следующего имущества:

1) автомобильные дороги и инженерные сооружения транспортной инфраструктуры, в т. ч. мосты, путепроводы, тоннели, стоянки, пункты пропуска и взимания платы с владельцев автотранспортных средств;

2) объекты железнодорожного транспорта;

3) объекты трубопроводного транспорта;

4) морские и речные порты, в том числе искусственные земельные участки, предназначенные для создания и (или) реконструкции гидротехнических сооружений портов, объекты их производственной и инженерной инфраструктур;

5) морские и речные суда, суда смешанного (река – море) плавания, суда, осуществляющие ледокольную проводку, гидрографическую, научно-исследовательскую деятельность, паромные переправы, плавучие и сухие доки;

6) аэродромы или здания и (или) сооружения, предназначенные для взлета, посадки, руления и стоянки воздушных судов, а также создаваемые и предназначенные для организации полетов гражданских воздушных судов авиационная инфраструктура и средства обслуживания воздушного движения, навигации, посадки и связи;

7) объекты производственной и инженерной инфраструктур аэропортов;

8) гидротехнические сооружения;

9) метрополитен и другой транспорт общего пользования [3].

Основными преимуществами концессионных соглашений являются ограничение финансового участия госбюджета в осуществлении проектов

модернизации и развития предприятий сферы транспорта, повышение эффективности проектов. Также концессии обеспечивают приток дополнительных инвестиций и создают новые рабочие места. Наиболее важным результатом концессионных соглашений является возврат в собственность государства модернизированной инфраструктуры после истечения срока действия договора.

2. Особенности использования механизма ГЧП в транспортном комплексе Санкт-Петербурга

Во многих регионах России есть возможности для активного и многостороннего формирования проектов в транспортной отрасли, реализация которых может осуществляться на принципах ГЧП. Наиболее активно реализация проектов ГЧП осуществляется в Санкт-Петербурге.

Санкт-Петербург первым из субъектов РФ принял закон «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах» от 20.12.2006 г., определяющий механизм взаимодействия инвесторов с государством. Этот закон позволяет нашему городу определять параметры для заданного проекта в конкурсной документации и, таким образом, может применяться как к масштабным городским транспортным проектам, так и проектам с небольшим объемом инвестиций.

Закон «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах» принимался в развитие федерального закона «О концессионных соглашениях», но в то же время он предлагает более гибкие и множественные схемы реализации проектов, чем только заключение концессионного соглашения. Городской закон дает четкое определение государственно-частного партнерства, под которым понимается взаимовыгодное сотрудничество Санкт-Петербурга с российским или иностранным юридическим или физическим лицом в реализации социально значимых проектов, которое осуществляется путем заключения и исполнения соглашений, в том числе концессионных. В рамках участия в государственно-частном партнерстве Санкт-Петербург может предоставлять инвестору земельные участки, иное имущество, находящееся в собственности Санкт-Петербурга, либо принадлежащие Санкт-Петербургу исключительные права. В законе определены формы такого партнерства и сферы их применения. Кроме того, в рамках участия в государственно-частном партнерстве Санкт-Петербурга предусмотрена возможность передачи создаваемого объекта в собственность инвестора [10].

В ходе проведения сравнительного анализа Федерального закона «О концессионных соглашениях» с законом Санкт-Петербурга «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах» выявляется, что закон Санкт-Петербурга по многим параметрам является более продвинутым и современным. Основные преимущества закона Санкт-Петербурга заключаются в том, что он предлагает различные способы структурирования отношений и прав собственности, предусматривает распределение рисков между государством и частным сектором, устанавливает право кредитора на прямое управление и принятие на себя правомочий и обязательств оператора (step-in), предусматривает распределение рисков между государством и частным сектором, разрешает залог концессии, предусматривает уступку прав концессионера третьим лицам, оставляет на усмотрение сторон выбор формата разрешения споров, в том числе международный арбитраж, устанавливает справедливую прозрачную процедуру выбора концессионера (качественные критерии конкурса, стадию пре-квалификации) и гибкие сроки заключения соглашений, признает концепцию окупаемости инвестиций и прибыли частного сектора, дает возможности применения гибкой тарифной политики, регулирует механизмы компенсаций и гарантий, дает возможность учитывать инфляцию и макроэкономические риски, предусматривает различные формы государственной поддержки, гарантии против ухудшения законодательства.

В настоящее время разрабатывается проект Постановления Правительства Санкт-Петербурга о мерах по реализации закона «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах». Предполагается разработать методики, регламентирующие предварительный отбор и оценку проектов для реализации по схемам государственно-частного партнерства, порядок заключения соответствующих соглашений и принципы взаимодействия участников ГЧП-проектов.

Безусловно, опыт Санкт-Петербурга в реализации проектов государственно-частного партнерства в области строительства объектов транспортной инфраструктуры полезен для других регионов и Российской Федерации в целом. В настоящее время широко обсуждается вопрос о необходимости принятия Федерального закона «О государственно-частном партнерстве». Высказываются разные мнения. При этом противники принятия такого закона утверждают, что существующих правовых норм, содержащихся в Гражданском кодексе РФ и Федеральном законе «О концессионных соглашениях», вполне достаточно для успешной деятельности государственно-частных партнерств в России [12]. С такой точкой

зрения нельзя согласиться. Существующий в настоящее время в федеральном законодательстве пробел в области государственно-частных партнерств оставляет нерешенными множество вопросов, в том числе и такие, как статус органов исполнительной власти как партнеров в ГЧП, пределы распространения действия ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» на правоотношения участников государственно-частных партнерств, которые по существу находятся за пределами действия указанного федерального закона, а также вопросы подготовки конкурсной документации и проведения конкурсов.

На наш взгляд, закон «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах» можно считать наиболее передовым актом в области ГЧП на сегодняшний день. Принятие этого закона значительно стимулировало реализацию ГЧП-проектов, что позитивно сказалось на уровне инвестиционной привлекательности Санкт-Петербурга. Конечно, и этот закон не лишен недостатков, но опыт нашего города в последовательном развитии ГЧП стоит использовать другим регионам с учетом собственной специфики социально-экономического развития.

В Санкт-Петербурге в настоящее время на стадии реализации находятся четыре крупных проекта в области транспортной инфраструктуры на основе государственно-частного партнерства:

- строительство скоростной автомобильной магистрали «Западный скоростной диаметр»;
- строительство Орловского тоннеля под Невой;
- проект создания нового вида пассажирского транспорта «Наземный экспресс»;
- проект реконструкции аэропорта «Пулково».

Совокупный объем инвестиций в эти проекты составляет около 290 млрд руб. [11].

«Западный скоростной диаметр» является первым концессионным проектом в современной России. Этот проект представляет собой платную скоростную автомагистраль, решающую задачу вывода грузопотоков из порта Санкт-Петербурга на кольцевую автодорогу и федеральные автодороги. Общий объем инвестиций в проект составляет около 148 млрд руб., из них порядка 40 % финансируется за счет средств Инвестиционного фонда, 10 % – за счет средств бюджета Санкт-Петербурга и около 50 % – за счет частных инвестиций [13]. К конкурсу на реализацию инвестиционного проекта были допущены четыре консорциума, созданные крупней-

шими международными концессионными и строительными компаниями, в том числе французской компанией Bouygues, немецкой Hochtief, турецкой Enka, голландской Bechtel, южно-африканской Intertol. Указанный перечень компаний свидетельствует о серьезной конкуренции между претендентами на реализацию инвестиционного проекта в дорожной сфере на условиях государственно-частного партнерства.

«Орловский тоннель» – это платный автодорожный тоннель под Невой протяженностью около километра, который соединит створ Пискаревского проспекта и Смольную набережную. Строительство Орловского тоннеля решит две основные проблемы. *Во-первых*, оно позволяет выполнить задачу федерального масштаба – повышение пропускной способности Волго-Балтийского водного пути. *Во-вторых*, перед этим проектом стоит задача регионального масштаба – решение транспортной проблемы в Санкт-Петербурге путем создания круглосуточной связи берегов Невы в центральной части города.

Весной 2008 года администрацией Санкт-Петербурга был объявлен открытый конкурс на право заключения концессионного соглашения о проектировании, строительстве и эксплуатации автодорожного тоннеля под р. Невой. К конкурсу были допущены четыре консорциума: ООО «Невская концессионная компания» (консорциум представлен группой Vinci), ООО «Невский тоннель» (Strabag AG, Suri Holdings Limited, Zueblin AG, Egis Project SA), ЗАО «Буигпроект оперейтинг» (группа Bouygues), Neva Traverse GmbH (Hochtief Construction AG, Hochtief PPP Solutions, Royal Boskalis Westminster NV). Претендентом на получение этой концессии стала «Невская концессионная компания». Общий объем финансирования по проекту составляет порядка 30 млрд руб., при этом проект будет финансироваться в равных долях за счет средств Инвестиционного фонда, бюджета Санкт-Петербурга и частных инвестиций.

В настоящее время «Невская концессионная компания», отвечающая за реализацию проекта, называет предположительный срок окончания работ на объекте – конец 2015 года.

«Надземный экспресс» также является одним из важнейших петербургских проектов строительства транспортной инфраструктуры на основе ГЧП. Общая стоимость проекта составляет около 33 млрд руб., в том числе капитальные затраты на инфраструктуру 29 млрд руб. и затраты на приобретение подвижного состава – 4 млрд руб. Предоставление государственного финансирования по проекту будет осуществляться в соответствии с Бюджетным кодексом РФ и бюджетным законодательством Санкт-

Петербурга. После подведения итогов конкурса предполагается утверждение Правительством Санкт-Петербурга региональной целевой программы для финансирования проекта из бюджета города на срок более двух лет. Бюджетное финансирование проекта состоит из двух частей:

- капитальный грант (частичное финансирование затрат на строительство);
- платежи за доступность (финансирование на стадии эксплуатации).

Механизм платежей за доступность был выбран потому, что по сравнению с гарантией минимальной доходности он менее затратен для Санкт-Петербурга и позволит снизить риски по проекту. Платежи за доступность также позволяют сократить сроки конкурсных процедур и обеспечить гибкость в назначении тарифов.

Проект развития аэропорта «Пулково» предполагает создание на базе существующего аэропорта межрегионального авиатранспортного узла, пропускная способность которого к 2025 году достигнет 22 млн пассажиров в год. Бюджет проекта по строительству нового централизованного терминала общей площадью более 175 тыс. кв. м, реконструкции взлетно-посадочных полос, модернизации аэродрома составит более 34 млрд руб.

3. Проблемы и перспективы развития механизма ГЧП

В нашей стране ответственность за развитие инфраструктуры транспорта несут органы государственного и муниципального управления. Развитие таких объектов всегда сопряжено с высокими затратами. Размеры финансирования строительства объектов транспортной инфраструктуры выходят за пределы возможностей региональных и городских бюджетов. Опыт последних десятилетий свидетельствует о том, что правильное использование механизмов ГЧП чрезвычайно выгодно как для государственного, так и для частного сектора, а также для населения.

Хотя с конца 2008 г. кризис вынудил свернуть некоторые инвестиционные программы, сохраняется спрос на развитие инфраструктуры. В последующие годы применение ГЧП будет расширяться. В последнее время на первый план выходят проекты по реконструкции и модернизации уже существующих инфраструктурных проектов.

ГЧП не является изолированной формой реализации проектов и тесно вплетено в существующую в стране деловую, нормативную, правовую и культурную среду, в связи с чем возникает ряд проблем. Наиболее

серьезные из них заключаются в том, что участие государства как партнера в проектах ГЧП связано для бизнеса с определенными рисками, характерными в целом для работы с органами государственной власти. В течение всего срока договора ГЧП государство фактически прямо или косвенно оказывает существенное воздействие на деятельность частного сектора и как партнер, и как регулятор.

Ассоциацией менеджеров России проводилось масштабное исследование состояния ГЧП в нашей стране на современном этапе, в ходе которого были получены и обобщены экспертные мнения всех заинтересованных в развитии ГЧП сторон, представителей как органов власти, так и бизнеса. В ходе исследования было выявлено, что даже очевидный принцип заинтересованности государства в успехе проекта ставят под сомнение почти 45 % опрошенных представителей делового сообщества. Наиболее существенным риском для бизнеса, связанным с участием государства как партнера в проектах ГЧП, респонденты считают риск отсутствия реальной ответственности государственных структур за реализацию проекта (44,9 % ответов) [8].

На предварительной стадии подготовки проекта ГЧП (разработка ТЭО, бизнес-плана, проектной документации и т. п.) риски между государством и его потенциальными бизнес-партнерами распределены достаточно четко. Если отказы и неувязки в спецификациях проекта возникают в предлагаемых бизнесу правительственных документах, то все риски и ответственность несет только правительство. Если ошибки и неточности содержатся в документах и предложениях претендента на проект ГЧП, то это – его сфера ответственности. Технические риски связаны в основном с подготовкой проекта, строительством, эксплуатацией и управлением (процесс производства, дата завершения, качество, стоимость отсрочки и изменение первоначально согласованных требований и условий). Эти риски несет бизнес-партнер государства и/или фирмы-подрядчики.

Гарантии государства по поддержке проектов ГЧП, его готовность и способность обеспечивать компенсацию политических рисков являются ключевыми вопросами для частных инвесторов. Особенно это касается иностранных инвестиций, наиболее чувствительных к политическим рискам.

Отсутствие средств у национальных компаний влечет риск усиления контроля иностранцев над стратегически важными объектами. Среди западных игроков наибольший интерес к проектам строительства платных дорожных объектов в России проявляют Strabag, Deutsche Bank и

Masquarie Group. Необходимо использовать возможности этих компаний для развития транспортной инфраструктуры нашей страны так, чтобы это не создавало угрозы экономической безопасности страны, что и позволяет сделать рационально продуманный механизм государственно-частного партнерства.

Многие экономисты считают, что современная российская налоговая система не поддерживает инновационную экономику и носит подавляющий характер, особенно в части НДС [9].

Повышению эффективности механизмов ГЧП могли бы способствовать следующие мероприятия:

- повышение качества проработки предлагаемых проектов и детальный регламент по выбору профессионального и кредитоспособного частного оператора;
- совершенствование регионального законодательства, регулирующего ГЧП, и приведение его в соответствие с федеральным (законодательное закрепление допустимости перемены лиц в концессионном соглашении существенно повысило бы привлекательность проекта для частного сектора и банков-кредиторов проекта);
- вовлечение в практику рассмотрения споров международного арбитража (Стокгольмский арбитражный суд, Лондонский международный третейский суд);
- повышение квалификации госслужащих, вовлеченных в процесс управления капиталовложениями и развитием государственно-частных проектов.

Минимизировать риски частных компаний позволила бы реализация следующих предложений:

- расширение инструментов финансирования проектов ГЧП, в частности, дальнейшее совершенствование кредитных форм финансирования, а также развитие законодательства для более эффективного использования облигационных займов;
- гарантии инвесторам на соблюдение условий проектов при смене приоритетов социально-экономического развития на всех уровнях власти;
- дальнейшее развитие компенсационных механизмов, в том числе создание более мобильного инструмента компенсации концессионеру минимального дохода без необходимости ежегодного одобрения бюджета;
- гарантии неизменности тарифного регулирования, поскольку изменение государством тарифов может существенно сказаться на рентабельности проектов;

- введение четких и понятных процедур выхода из проекта и возврата осуществленных инвестиций при наличии веских оснований, предусмотренных в соглашении сторон;
- возмещение затрат инвестору в случае от конфискации или национализации объекта ГЧП;
- развитие процедур разрешения споров между сторонами, что особенно важно в условиях слабо развитой судебной системы;
- создание единого государственного органа и системы подготовки специалистов в сфере ГЧП;
- создание общественных организаций, способствующих развитию ГЧП и разрешению споров в этой сфере.

Более тщательная проработка проектов с обеих сторон совместно с общественностью путем согласования проекта с заинтересованными общественными организациями и населением на местном уровне также могла бы способствовать снижению рисков проектов.

На наш взгляд, необходимо рассматривать возможность создания специализированной комиссии Правительства РФ по развитию государственно-частного партнерства. Задачей такой комиссии должно стать создание благоприятных нормативно-правовых и институциональных условий для развития ГЧП в России. Необходимо, чтобы в состав комиссии вошли представители всех заинтересованных министерств и ведомств. Учитывая универсальность возможностей ГЧП и их применения в большинстве сфер социально-экономического развития страны, можно предположить, что создание такой комиссии станет своевременным и продуктивным шагом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Принятие Федерального закона «О государственно-частном партнерстве» и использование механизма ГЧП позволит создать положительную динамику в эффективном решении федеральных задач, направленных на развитие долгосрочных инфраструктурных социальных проектов, создание новых возможностей для развития частного бизнеса.

Ожидаемым результатом реализации проектов ГЧП станет создание развитой, эффективной транспортной инфраструктуры, повышение конкурентоспособности и реализация транзитного потенциала страны, повышение доступности транспортных услуг для населения. Распространение применения ГЧП в транспортной отрасли обеспечит более высокое качество предоставляемых услуг при сохранении уровня затрат, повышение

комплексной безопасности и устойчивости транспортной системы. «Стратегией 2020» предусмотрено, что по мере сокращения роли государства и усиления частной составляющей аббревиатура ГЧП поменяется на ЧГП (частно-государственное партнерство). Кроме того, внедрение этих проектов будет способствовать созданию благоприятного инвестиционного климата и вызовет мультипликативный эффект.

ЛИТЕРАТУРА

1. Транспортная стратегия РФ на период до 2030 г.
2. ФЦП «Модернизация транспортной системы России» (2002–2010 гг.).
3. ФЗ РФ «О концессионных соглашениях» № 115 от 21.07.2005 г. (ред. от 04.12.2007 г.).
4. Закон Санкт-Петербурга «Об участии г. Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах» от 20.12.2006 г.
5. Постановление Правительства РФ от 5 марта 2010 г. № 128 «О предоставлении в 2010 году государственных гарантий Российской Федерации».
6. *Алпатов А.А., Пушкин А.В., Джапаридзе Р.М.* Государственно-частное партнерство. Механизмы реализации. – М.: Альпина Паблишерз, 2010.
7. *Баженов А.В.* ГЧП – это не складчина и не благотворительность / Коммерсантъ. Деньги. № 44. 2008.
8. *Грабовый П.Г.* Риски в современном бизнесе. – М.: АСТ-Пресс, 2009.
9. *Кукол Е.* Портам и дорогам добавят денег // Российская газета. 29.08.08 № 183 (4740).
10. *Максимов В.* Государственно-частное партнерство в транспортной инфраструктуре. Критерии оценки концессионных конкурсов. – М.: Альпина Паблишерз, 2010.
11. Статистика транспортной инфраструктуры // Логистика. – 2009. – № 3.
12. Российская газета. [Электронный ресурс]. <www.rg.ru>.
13. Транспортный портал Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс]. <www.transport.spb.ru>

Динмухаметова В.Н.

Россия, Санкт-Петербург

Международный банковский институт

Кузютин Д.В., к.ф.-м.н., доцент; **Панкратова Я.Б.**, ст. преподаватель –
научные руководители

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ЧИСЛО ЭМИГРАНТОВ

ВВЕДЕНИЕ

Все чаще и чаще мы слышим в СМИ, как кто-то опять уехал на заработки за рубеж. В мире в конце 90-х годов общее число трудовых мигрантов распределялось следующим образом: в Европе проживало 30 млн работников-мигрантов, в Африке – 20 млн, в Северной Америке – 17 млн, в Центральной и Южной Америке – 12 млн, на Ближнем Востоке – 9 млн, в Азии – 7 млн. В некоторых странах иммигранты составляют существенную часть населения. Так, в США их доля достигает 20 %, в Швейцарии – 15 %, в ФРГ и Австрии – по 9 %, во Франции – 7,5 %. Как известно, большинство русских эмигрантов сейчас работают и проживают в США, ФРГ и Франции. Так почему же люди уезжают на заработки за рубеж? Главными причинами эмиграции являются: более высокая заработная плата и более комфортабельные условия для работы.

Цель данного исследования – выявить факторы, которые могут влиять на численность трудовой эмиграции, отобрать из них наиболее значимые, а также установить вид зависимости между численностью людей, выехавших за границу на заработки, и отобранными факторами. Для исследования использовались данные Федеральной службы государственной статистики (РосСтат) [4] за 1992–2008 годы.

1. Сбор данных и отбор факторов

Для проведения исследования были отобраны следующие факторы, влияющие на уровень трудовой эмиграции:

- X_1 – коэффициент Джинни (индекс концентрации доходов), в %. Он характеризует степень отклонения фактического распределения общего объема доходов населения от их равномерного распределения. Величина коэффициента может варьироваться от 0 до 1, при этом, чем выше зна-

чение показателя, тем более неравномерно распределены доходы в обществе;

- X_2 – уровень занятости населения в трудоспособном возрасте, в %. Трудоспособным считается возраст: для мужчин – 16–59 лет, женщин – 16–54 года;

- X_3 – коэффициент фондов. Характеризует степень социального расслоения и определяется как соотношение между средними уровнями денежных доходов 10 % населения с самыми высокими доходами и 10 % населения с самыми низкими доходами;

- X_4 – заболеваемость населения, тыс. чел.;

- X_5 – уровень безработицы, в %;

- X_6 – количество преступлений (сот. шт).

В качестве результирующего признака – количество выехавших за границу на заработки – были использованы данные в отношении лиц в возрасте от 16 до 40 лет, так как именно в этом возрастном промежутке люди востребованы на рынке труда.

2. Исследование влияния отдельных факторов

2.1. Исследование влияния коэффициента Джинни на количество трудовых эмигрантов

Представим исходные данные о численности трудовых эмигрантов и значении коэффициента Джинни за период с 1993–2008 года в виде статистической таблицы (табл. 1).

Таблица 1

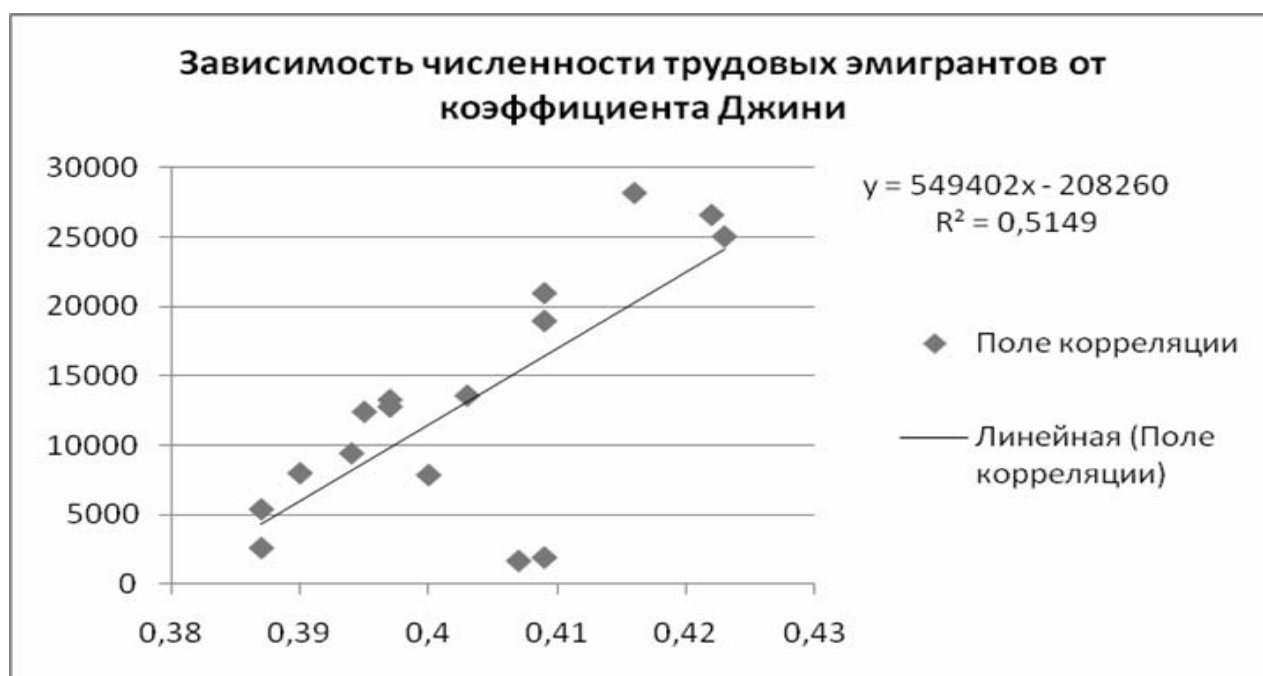
Исходные данные

Годы	Лица в возрасте 16–40 лет	Коэфф. Джинни	Уровень занятости населения в трудоспособном возрасте	Коэфф. фондов	Заболеваемость населения (тыс. чел.)	Уровень безработицы в трудоспособном возрасте	Кол-во преступлений
	Y	x1	x2	x3	x4	x5	x6
1993	1638	0,407	77,8	13,5	96932,0	5,9	24,77
1994	1884	0,409	74,1	15,2	96000,4	8,3	26,33
1995	2574	0,387	72,4	13,5	100306,1	9,6	27,56
1996	5368	0,387	71,2	13,3	95012,6	9,8	27,85
1997	7985	0,39	67,8	13,6	98520,5	12	29,97
1998	9418	0,394	65,6	13,8	97710,5	13,5	34,02

Таблица 1 (продолжение)

Годы	Лица в возрасте 16–40 лет	Коэфф. Джинни	Уровень занятости населения в трудоспособном возрасте	Коэфф. фондов	Заболеваемость населения (тыс. чел.)	Уровень безработицы в трудоспособном возрасте	Кол-во преступлений
1999	7845	0,4	68,8	14,1	103068,5	12,9	29,77
2000	12419	0,395	70,4	13,9	106327,8	10	29,52
2001	12785	0,397	70,1	13,9	104322,0	9	26,68
2002	13283	0,397	70,5	14	106742,4	8,7	26,86
2003	13587	0,403	70,8	14,5	107384,9	8	27,56
2004	18985	0,409	70,4	15,2	106287,0	8,1	28,94
2005	20995	0,409	71,3	15,2	105886,2	7,3	32,55
2006	28238	0,416	71,4	16	110841,9	7	38,55
2007	25088	0,423	72,8	16,8	109571,1	5,9	35,83
2008	26646	0,422	73	16,8	109590,0	7,1	35,91

Для изучения влияния фактора X_1 на результирующий признак Y было построено поле корреляции (рис. 1) и некоторые виды зависимости.

Рис. 1. Корреляционное поле $X_1 Y$

Результаты расчетов представлены в табл. 2.

Таблица 2

Значения критериев отбора модели

Модель	R ²	A	Соств	MAD	Значимость
Линейная	0,51	121 %	6310,225	4213,867	+
Квадратичная	0,55	118 %	6320,869	4364,259	«+» «-»
Гиперболическая	0,51	122 %	6357,564	4241,962	«+»
Степенная	0,21	102 %	0,838729	5511,761	«-»
Показательная	0,21	101 %	0,838003	5486,951	«-»
Логарифмическая	0,51	122 %	6333,538	4228,051	«+»

На основе сравнения полученных результатов выбор был сделан в пользу линейной модели. По критерию Фишера модель является значимой, так как $F_{\text{набл}} > F_{\text{табл}}$, где $F_{\text{набл}} = 14,86$, а $F_{\text{табл}} = 4,60$.

Коэффициент детерминации $R^2 = 0,51$ говорит о том, что только 51 % вариации численности трудовой эмиграции объясняется вариацией коэффициента Джинни. Остальные 49 % вариации объясняются неучтенными в данной модели факторами.

Уравнение парной линейной регрессии имеет следующий вид:

$$Y = -208259,9 + 549402,05X_1.$$

Таким образом, при изменении коэффициента Джинни на 1 сотую, трудовая эмиграция изменится на 549,4 человека.

2.2. Исследование влияния уровня занятости населения в трудоспособном возрасте на численность трудовых эмигрантов

Используя исходные данные уровня занятости населения и численности трудовых эмигрантов за 1993–2008 годы из табл. 1, построим поле корреляции (рис. 2). При его рассмотрении трудно точно выявить вид зависимости, поэтому были рассмотрены следующие виды зависимостей: линейная, квадратичная, логарифмическая, гиперболическая, степенная и показательная.

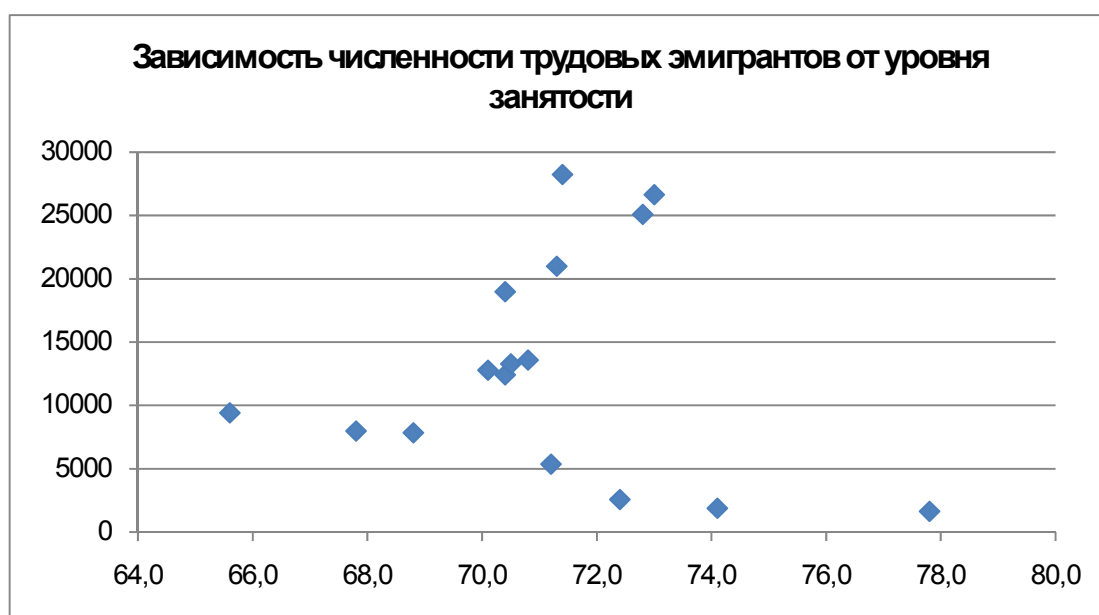


Рис. 2. Корреляционное поле $X_2 Y$

Из табл. 3 видно, что все модели являются незначимыми, а следовательно включение фактора X_2 в модель множественной регрессии нецелесообразно.

Таблица 3

Значения критериев отбора модели

Модель	R^2	A	Сост	MAD	Значимость
Линейная	0,01	133%	9034,26	7002,706	незначима
Квадратичная	0,20	103%	8433,543	6248,251	незначима
Гиперболическая	0,00	54%	9049,57	6990,689	незначима
Степенная	0,14	85%	0,876136	7817,301	незначима
Показательная	0,15	84%	0,870423	7788,672	незначима
Логарифмическая	0,00	135%	9042,797	6998,327	незначима

2.3. Исследование влияния коэффициента фондов на численность трудовых эмигрантов

Исходные данные значений коэффициента фондов и численности трудовых эмигрантов за 1993–2008 годы представлены в табл. 1. Для выявления влияния фактора X_3 на результирующий признак Y необходимо сначала построить поле корреляции (рис. 3).

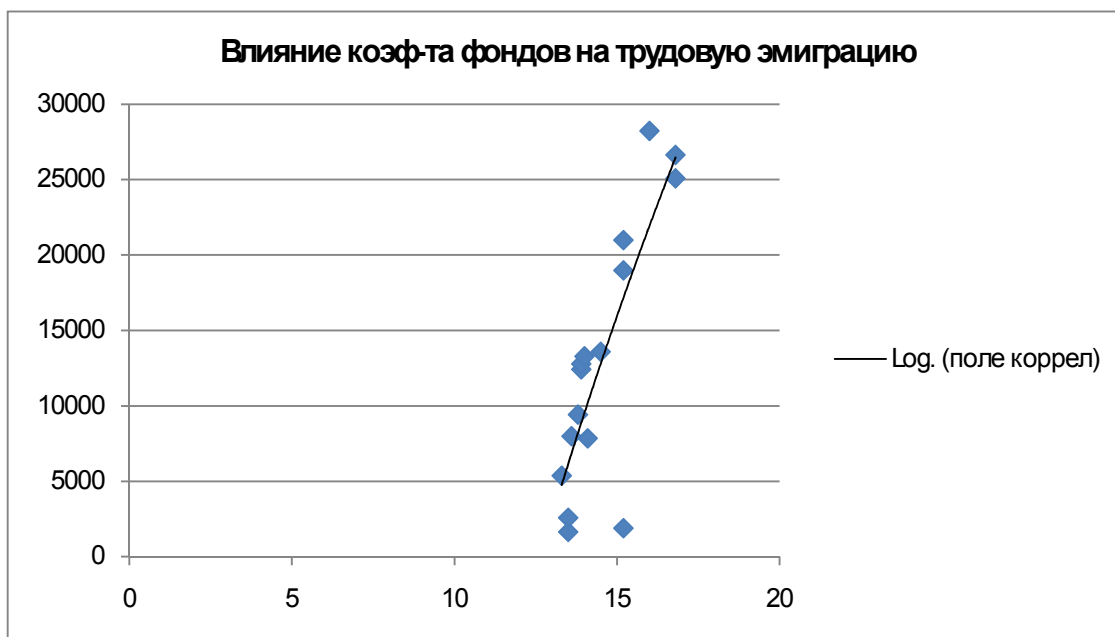


Рис. 3. Поле корреляции X_3Y

При его рассмотрении можно предположить, что наиболее подходящей будет логарифмическая модель. Убедимся в этом, построив дополнительно линейную, квадратичную, гиперболическую, степенную и показательную модели. В результате расчетов (табл. 4) подтвердилось первоначальное предположение, что логарифмическая модель – лучшая. Уравнение модели имеет вид:

$$Y = -235597,49 + 92885,184 \ln X.$$

Таблица 4

Значения критериев отбора модели

Модель	R^2	A	Сост	MAD	Значимость
Линейная	0,670664	90,37 %	5199,421579	3444,25	значима
Квадратичная	0,671124	90,30 %	5391,928297	3394,924	«+» / «-»
Гиперболическая	0,67058	90,21 %	5200,081688	3351,973	« + «
Степенная	0,371826	81,55 %	0,749054015	4404,37	« + «
Показательная	0,368162	81,57 %	0,751235513	4525,348	« + «
Логарифмическая	0,671222	90,26 %	5195,015632	3388,618	« + «

Проверка значимости модели в целом по критерию Фишера показала, что модель в целом значима, так как $F_{набл} = 28,58$, а $F_{табл} = 4,6$, $F_{набл} > F_{табл}$, а значит, гипотеза о том, что все коэффициенты уравнения равны нулю, отклоняется. Полученной модели можно дать следующую

экономическую интерпретацию: при изменении коэффициента фондов на 0,1, количество трудовых эмигрантов изменится на 9288,5 человек.

Оценим тесноту связи с помощью коэффициентов корреляции и детерминации.

Коэффициент корреляции $\rho = 0,82$, что по шкале Чеддока классифицирует такую связь изучаемых признаков, как высокую.

Коэффициент детерминации $R^2 = 0,67$ говорит о том, что 67 % вариации численности трудовых эмигрантов объясняется вариацией коэффициента фондов. Остальные 33 % вариации объясняются неучтенными в данной модели факторами.

Средняя ошибка аппроксимации $A = 90,26$ %, следовательно, приближение построенной модели к наблюдаемым статистическим значениям считается плохим.

2.4. Исследование влияния численности заболевших людей на численность трудовых эмигрантов

Используя исходные данные численности заболевших людей и численности трудовых эмигрантов за 1993–2008 годы, приведенные в табл. 1, построим поле корреляции (рис. 4) и построим линейную, квадратичную, гиперболическую, логарифмическую, степенную и показательную модели.

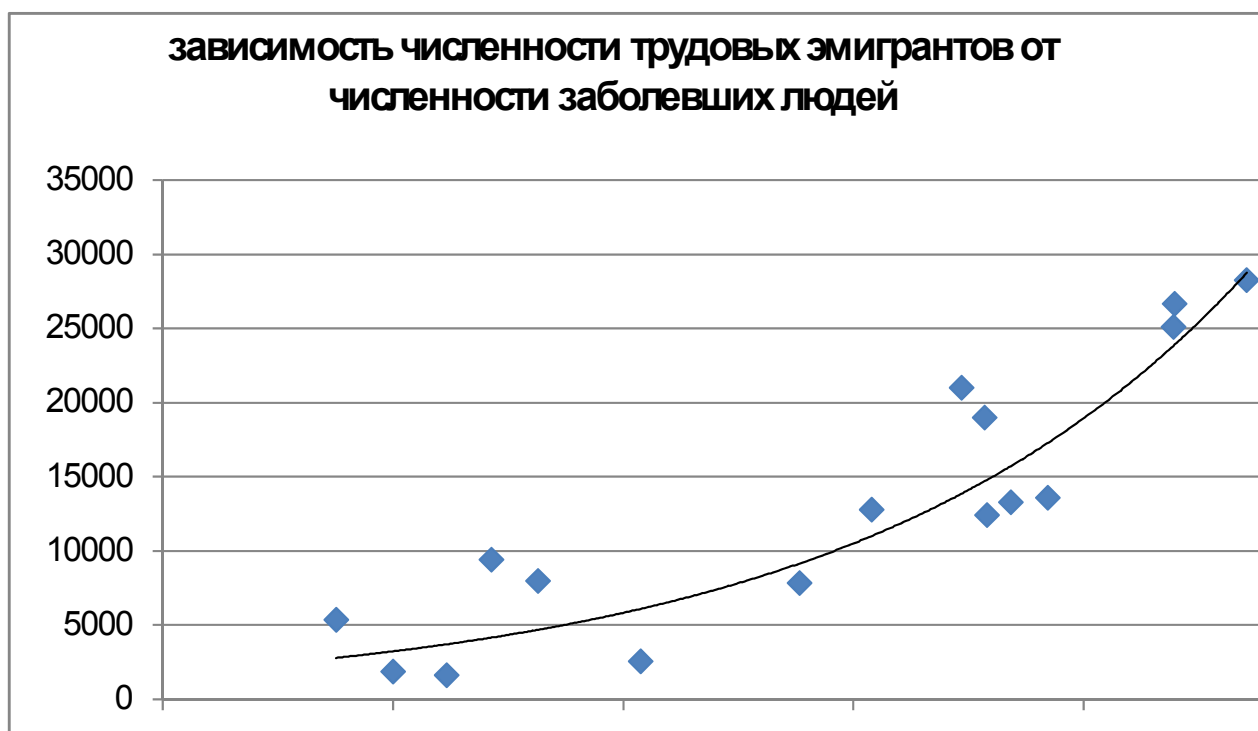


Рис. 4. Поле корреляции X_4Y

На основе сравнения результатов (табл. 5) выбор был сделан в пользу квадратичной модели.

Таблица 5

Значения критериев отбора модели

Модель	R ²	A	Соств	MAD	Значимость
Линейная	0,778056471	49,09%	4268,317176	3663,341383	значима
Квадратичная	0,856648504	45,03%	3559,827037	2778,388031	«+»
Гиперболическая	0,758466812	50,56%	4452,704221	3804,404087	« + «
Степенная	0,718340495	40,88%	0,501574575	2882,857124	« + «
Показательная	0,720447441	40,56%	0,499695046	2848,172894	« + «
Логарифмическая	0,768443404	49,80%	4359,774422	3734,476916	« + «

Построим квадратичное уравнение регрессии:

$$Y = 1109159,86 - 22,88X + 0,00012X^2.$$

Проверка значимости по критерию Фишера показала, что модель значима в целом, так как $F_{\text{набл}} = 38,84 < F_{\text{табл}} = 3,81$, а значит, гипотеза о том, что все коэффициенты уравнения равны нулю, отклоняется. Полученной модели можно дать следующую экономическую интерпретацию: при количестве заболевших более $X_{\text{min}} = 9533,3$ человек трудовая эмиграция в стране увеличивается.

Значение коэффициента детерминации $R^2 = 0,86$ говорит о том, что 86 % вариации численности трудовых эмигрантов объясняется вариацией численности больных. Остальные 14 % вариации объясняются неучтенными в данной модели факторами.

Средняя ошибка аппроксимации $A = 45,03$ %, следовательно приближение построенной модели к наблюдаемым статистическим значениям считается плохим.

2.5. Исследование влияния уровня безработицы на численность трудовых эмигрантов

Исходные данные уровня безработицы и численности трудовых эмигрантов за 1993–2008 годы даны в табл. 1.

Для выявления влияния фактора X_5 на результирующий признак Y необходимо сначала построить поле корреляции (рис. 5). При его рассмотрении трудно выявить вид зависимости, следовательно нужно рассмотреть все виды зависимости и выбрать наилучшую модель.

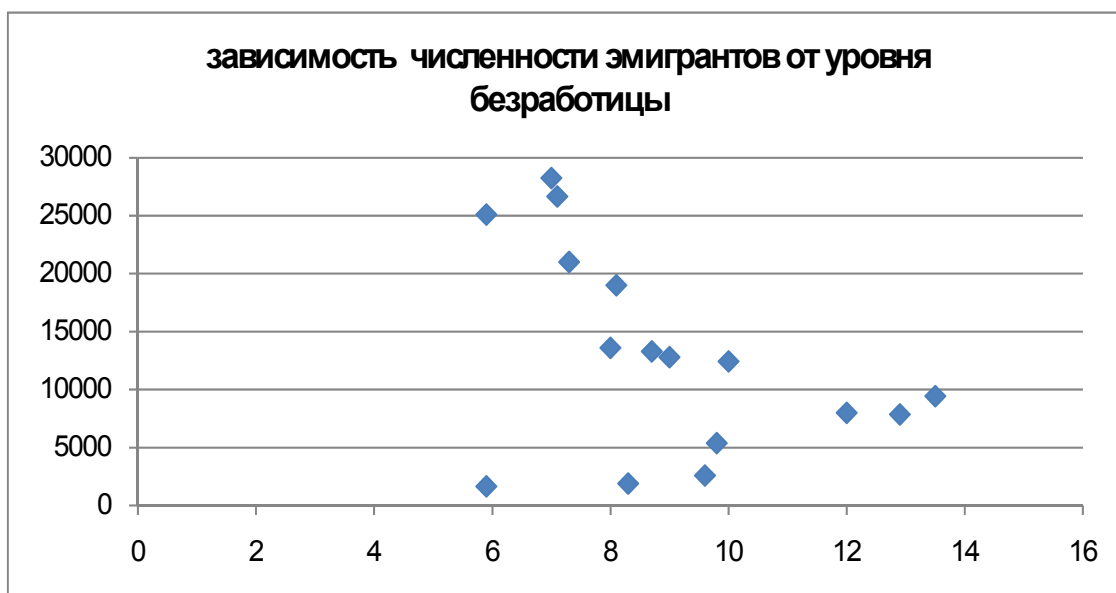


Рис. 5. Поле корреляции $X_5 Y$

Из табл. 6 видно, что все построенные модели являются незначимыми, следовательно включение фактора X_5 в модель множественной регрессии нецелесообразно.

Таблица 6

Значения критериев отбора модели

Модель	R^2	A	Сост	MAD	Значимость
Линейная	0,201051	149,29%	8098,319	5734,425724	незначима
Квадратичная	0,224086	147,83%	8281,987	5430,555412	«-»
Гиперболическая	0,202792	148,72%	8089,492	5545,604173	« - «
Степенная	0,027623	111,86%	0,931946	6893,643886	« - «
Показательная	0,028219	2197,14%	0,93166	133572,2322	« - «
Логарифмическая	0,209198	149,24%	8056,924	5609,951188	« - «

2.6. Исследование влияния количества преступлений на численность трудовых эмигрантов

Данные о количестве преступлений и численности трудовых эмигрантов за 1993–2008 годы представлены в табл. 1. Для выявления влияния фактора X_6 на результирующий признак Y необходимо сначала построить поле корреляции (рис. 6).

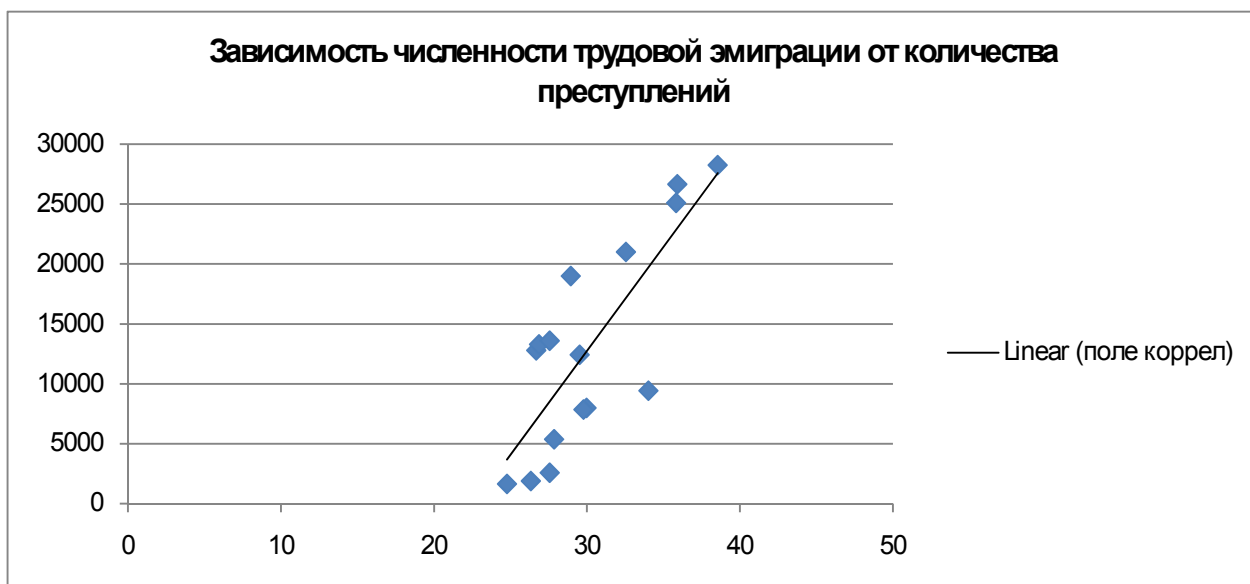


Рис. 6. Поле корреляции X_6 Y

На основе сравнения результатов (табл. 7) по построенным моделям выбор был сделан в пользу линейной модели.

Таблица 7

Значения критериев отбора модели

Модель	R^2	A	Сост	MAD	Значимость
Линейная	0,638427	69,16%	5447,951065	4463,539723	значима
Квадратичная	0,64129	72,94%	5631,183626	4489,936801	«+» / «-»
Гиперболическая	0,622585	63,93%	5566,026715	4559,18932	« + «
Степенная	0,512303	57,57%	0,660006751	4717,180861	« + «
Показательная	0,494743	59,44%	0,671783463	4868,520948	« + «
Логарифмическая	0,632217	66,29%	5494,541029	4489,530195	« + «

Построим линейное уравнение парной регрессии:

$$Y = - 39277,65 + 1734,48X.$$

Проведя проверку значимости по критерию Фишера, получим, что модель значима в целом, так как $F_{\text{набл}} = 24,72 > F_{\text{табл}} = 4,6$, а значит, гипотеза о том, что все коэффициенты уравнения равны нулю отклоняется. Полученной модели можно дать следующую экономическую интерпретацию: при увеличении количества преступлений на сотню, количество трудовых эмигрантов увеличится на 1734,48 человек.

Коэффициент детерминации $R^2 = 0,64$ говорит о том, что 64 % вариации численности трудовых эмигрантов объясняется вариацией количества преступлений. Остальные 36 % вариации объясняются неучтенными в данной модели факторами.

Средняя ошибка аппроксимации $A = 69,16 \%$, следовательно приближение построенной модели к наблюдаемым статистическим значениям считается плохим.

3. Исследование влияния совокупности факторов

В качестве факторов, оказывающих влияние на уровень доходов, после предварительного исследования были отобраны 4 фактора:

- X_1 – коэффициент Джинни;
- X_3 – коэффициент фондов;
- X_4 – заболеваемость населения;
- X_6 – количество преступлений.

Рассчитанные парные коэффициенты корреляции представим в виде корреляционной матрицы (табл. 8).

Таблица 8

Корреляционная матрица

Q	Y	X_1	X_3	X_4	X_4
Y	1	0,71757503	0,81894079	0,882075094	0,799016519
X_1	0,71757503	1	0,926956921	0,609448398	0,560385708
X_3	0,81894079	0,92695692	1	0,682473896	0,70747316
X_4	0,88207509	0,6094484	0,682473896	1	0,561275563
X_4	0,79901652	0,56038571	0,70747316	0,561275563	1

Из анализируемых факторов наибольшее влияние на численность трудовых эмигрантов оказывает четвертый фактор – заболеваемость населения.

Построим модель множественной линейной регрессии:

$$Y = -134622,81 + 30890,53X_1 + 1124,61X_3 + 0,92X_4 + 781,5X_6.$$

Проверим модель на гомоскедастичность. $F_{\text{набл}} = 0,67$, а $F_{\text{табл}} = 215,71$, т. е. $F_{\text{набл}} < F_{\text{табл}}$, следовательно модель гомоскедастична.

По результатам проверки целесообразности включения в модель YX_4 факторов X_1 , X_3 , X_6 было выявлено, что фактор X_1 нецелесообразно включать в модель YX_4 , а остальные факторы целесообразно. Рассмотрев модель YX_4X_3 и модель YX_4X_6 , был сделан выбор в пользу модели YX_4X_6 , так как у нее коэффициент детерминации оказался больше.

Коэффициент детерминации выбранной модели равен $R^2 = 0,91$. Данная модель является значимой по критерию Фишера, так как $F_{\text{набл}} = 68,14$, а $F_{\text{табл}} = 3,81$, т. е. $F_{\text{набл}} > F_{\text{табл}}$.

Проверим также коэффициенты уравнения линейной регрессии на значимость: $t_{\text{табл}} = 2,16$, $t_a = -8,66$, $t_{b1} = 6,4$, $t_{b2} = 4,49$. Таким образом, все коэффициенты больше $t_{\text{табл}}$, а следовательно все коэффициенты значимы.

Средняя ошибка аппроксимации $A = 29,3\%$, следовательно приближение построенной модели к наблюдаемым статистическим значениям считается средним.

Точность прогноза $MAD = 1939,86$.

Построим модель множественной линейной регрессии для YX_4X_6 :

$$Y = -124866 + 1,05X_4 + 963,2X_6.$$

Данная модель имеет следующую экономическую интерпретацию: при росте численности больных в стране на тысячу человек численность трудовой эмиграции увеличится на 1,05 человека при неизменности оставшихся факторов, и при увеличении количества преступлений на сотню численность трудовых эмигрантов увеличится на 963,2 человека при неизменности оставшихся факторов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования была изучена зависимость каждого из приведенных выше факторов на результирующий признак как в отдельности, так и в совокупности. Для этого были построены 6 моделей парной регрессии и четыре модели множественной линейной регрессии. Предположение о каждом виде зависимости признака от факторов было выдвинуто на основе построенных корреляционных полей и таблиц со значениями критериев отбора модели. Также дополнительно был взят фактор ВВП на душу населения, но он оказался незначимым и с маленьким коэффициентом детерминации, поэтому было решено не включать данную модель в работу.

В ходе исследования было выявлено, что не все построенные модели можно признать значимыми. Модель, отражающая зависимость численности трудовых эмигрантов от уровня занятости населения в трудоспособном возрасте, а также модель, отражающая зависимость численности трудовых эмигрантов от уровня безработицы в трудоспособном возрасте, являются незначимыми. Остальные четыре модели оказались значимыми и

соответствующие факторы X_1 , X_3 , X_4 , X_6 были отобраны для включения во множественную модель. В результате, наибольшее влияние на численность трудовой эмиграции оказала численность заболевших. После проверки на целесообразность включения остальных факторов в модель YX_4 был выбран наиболее подходящий фактор по наибольшему значению коэффициента детерминации, им оказался фактор, характеризующий количество преступлений.

Данная модель имеет следующий вид:

$$Y = -124866 + 1,05X_4 + 963,2X_6.$$

Полученной модели можно дать следующую экономическую интерпретацию: при росте численности больных в стране на тысячу человек численность трудовой эмиграции увеличится на 1,05 человека при неизменности оставшихся факторов, и при увеличении количества преступлений на сотню численность трудовых эмигрантов увеличится на 963,2 человека при неизменности оставшихся факторов.

Подводя итог, можно сделать вывод, что не только экономические факторы влияют на трудовую эмиграцию населения, но и, как выяснилось, большую роль играет здравоохранение и социальные факторы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тарашина С.И., Панкратова Я.Б. Выполнение курсовой работы по эконометрике: учебно-методическое пособие. – СПб.: Изд-во МБИ, 2007. – 97 с.
2. Буре В.М., Евсеев Е.А. Основы эконометрики: учеб. пособие. – СПб: Изд-во СПбГУ, 2004. – 72 с.
3. Эконометрика: учебник / Под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2002.
4. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. <www.gks.ru>

Дыбкина Е.А.

Россия, Санкт-Петербург

Санкт-Петербургский государственный
инженерно-экономический университет

Гульпенко К.В., к.э.н., профессор – научный руководитель

УЧЕТ КОММЕРЧЕСКИХ РАСХОДОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

ВВЕДЕНИЕ

Коммерческая деятельность как функция сбыта является основным видом деятельности для большинства организаций и последним этапом в производственном процессе любого предприятия, предусматривающим реализацию продукции, сдачу выполненных работ и оказанных услуг. Для коммерческого предприятия основной целью деятельности является получение прибыли и предотвращение убытка. Величина прибыли в первую очередь зависит от цены на произведенную продукцию и затрат на ее производство.

Важным фактором формирования величины прибыли, помимо материально-сырьевых, трудовых и прочих затрат, произведенных в процессе выпуска продукции, являются коммерческие расходы, представляющие собой расходы по реализации произведенной продукции. В составе таких расходов выделяются расходы на рекламу, транспортные расходы, расходы на хранение и упаковку товаров, комиссионные выплаты и другие виды расходов.

Современное состояние рыночной экономики выдвинуло экономию и рациональное использование всех видов ресурсов в число обязательных условий повышения эффективности деятельности организации. Задача минимизации затрат на производство продукции и последующих расходов на реализацию всегда оставалась основной проблемой для руководства предприятия при принятии управленческих решений и формировании стратегии. Снижение коммерческих расходов становится важной задачей системы менеджмента предприятия и системы сбыта продукции. Особую роль в ее решении играет организация бухгалтерского учета, обеспечивающего пользователей информацией о коммерческих расходах.

Изучение коммерческих расходов в сфере торговли имеет большое практическое значение. Финансовые результаты деятельности предприятия находятся в зависимости от величины затрат, а это, в свою очередь,

влияет на конкурентоспособность предприятия. Правильная организация учета расходов на продажу дает возможность выявить резервы их снижения, своевременно отражать затраты и контролировать ход выполнения бюджета коммерческих расходов предприятия.

Анализ каждой статьи коммерческих расходов позволяет усилить контроль над целесообразностью и рациональностью расходования средств. Такой анализ помогает найти пути снижения данных расходов, способствует более эффективному использованию всех видов ресурсов.

1. Экономическая сущность и природа возникновения коммерческих расходов

1.1. Экономические предпосылки и история коммерческих расходов

Исследование коммерческих расходов показало, что они имеют экономические предпосылки возникновения и свою историю. На протяжении веков они были тесно связаны со сферой торговли. Развитие торговли, торговых отношений, обмена материальными и духовными ценностями между отдельными лицами, странами и народами всегда составляло важнейший источник жизнеспособности общества, роста его материального и духовного уровня. История торгового предпринимательства на Руси уходит своими корнями в глубь веков. Уже в IX веке торговля становится важной сферой хозяйственной деятельности руссов. По мере развития производительных сил потребность в торговле усиливалась. Торговое дело считалось важным и почтенным. С давних времен купцы много путешествовали по городам и ярмаркам, прокладывая торговые пути [9, с. 112]. Очевидно, что основными были расходы на транспортировку товаров, которые в настоящее время входят в состав коммерческих расходов. Многократно также упоминаются проездные и торговые пошлины и изъятия от них, установленные в пользу монастырей. Купцы ходили обычно вооруженными караванами, объединяясь внутри каравана в группы, представляя своего рода административные и хозяйственные ячейки. Однако операции по закупке и продаже товара считались личным делом каждого участника торгового предприятия [9, с. 116].

Древние города росли и развивались, становились центрами хозяйственной жизни, объединяющими окружающие их поместья. По мере их развития в Древней Руси центральным местом в городе становится рынок, и, как правило, торговля сосредотачивается на монастырских и церковных площадях [9, с. 143]. На рынке для привлечения внимания покупателей

купцы прибегали к разнообразным приемам предложения своих товаров. Обычно они приглашали за определенную плату зазывалу, который, находясь возле лавок, громко извещал о достоинствах товара и его владельца [9, с. 144]. Таким образом, в X–XI вв. на Руси зарождается рекламное дело, и у купцов появляется еще один вид коммерческих расходов – расходы на рекламу.

Вся методология учета коммерческих расходов в России основана на трудах европейских теоретиков. Так, в XV веке основоположник современных принципов бухгалтерского учета итальянский математик Лука Пачоли говорил о необходимости открывать отдельный счет торговых расходов, чтобы впоследствии, при выводе остатков, узнать, какова прибыль от дела [13, с. 24]. В трактате «О счетах и записях» он пишет: «Счет торговых расходов открывается потому, что не всегда возможно всякую мелочь непосредственно занести на счет товаров, которые покупаешь или продаешь» [13, с. 26].

В XVIII веке известный немецкий предприниматель Ротшильд Майер говорил о том, что приобретение и продажа товара сопряжены для торговца с различными накладными расходами, из которых главнейшие: по доставке товара, хранению, уплате пошлин и налогов, страхованию и прочие [15, с. 220]. Все эти расходы, ложась на товар как бы добавлением к цене, по которой он приобретен от поставщика, увеличивают цену товара и, следовательно, должны записываться в счет товара на приход. Ротшильд установил правило: «на приход в счет товара надо записывать не только суммы, уплачиваемые по счетам поставщиков товара, но и все, что мы затрачиваем косвенным образом на товар, его хранение и продажу» [15, с. 220].

В России существовали и иные точки зрения на учет коммерческих расходов. Особенно следует отметить взгляды выдающегося русского бухгалтера XIX века Карла Ивановича Арнольда. В своих трудах он писал о том, что расходы на транспорт и наградные приказчику отражались так: исчислялась продажная стоимость товаров и из нее вычитались расходы. В учете получала отражение продажная стоимость за минусом расходов, т. е. регистрировалась себестоимость проданных товаров и прибыль [16, с. 97].

Однако несмотря на существовавшие теории, в практике российских бухгалтеров в конце XIX века преобладали западные теории учета, а следовательно расходы по доставке и пересылке товаров отражались в приходе и прибавлялись к стоимости товаров.

В советский период расходы на реализацию учитывались на разных счетах, в зависимости от сферы деятельности предприятия. Для производственных предприятий открывался 43 счет «Внепроизводственные расходы», а для торговых организаций 44 счет «Издержки обращения».

В современном российском бухгалтерском учете для отражения сумм коммерческих расходов используется отдельный счет 44 «Расходы на продажу» независимо от сферы деятельности организации. Однако состав расходов, относящихся к коммерческим, у торговых и промышленных предприятий несколько различается. Для современных торговых предприятий важной задачей является организация учета товарных операций, а также качественное планирование, анализ и минимизация коммерческих расходов.

1.2. Экономическая сущность коммерческих расходов

В экономической жизни общества выделяются три основные сферы хозяйственной деятельности: производство, потребление и как связующее звено между ними – сфера обращения. Среди вопросов, связанных с торговым делом, первостепенное значение имеет структура отношений обмена между двумя субъектами по поводу объектов обмена, которыми они владеют.

В теории и практике бухгалтерского учета коммерческие расходы как объект учета возникли давно, что нашло определение в экономических энциклопедиях и словарях XIX и начала XX веков. В этих изданиях названные расходы связаны со сферой движения товаров или обращения и имеют несколько иной состав по сравнению с действующей в настоящее время практикой. Это правомерно. Развитие техники и технологии влияет на организацию деятельности предприятия и состав расходов.

Под коммерческими расходами понимаются затраты, связанные с реализацией товаров, включающие стоимость тары, оплату упаковки, доставку продукции до места, обозначенного в договоре, оплату транспортных услуг, затраты на рекламу, прочие расходы. В связи с различием сфер деятельности организаций изучаемые коммерческие расходы будут иметь различный состав для предприятий производства и торговли. Такие различия в составах коммерческих расходов представлены в табл. 1.

Анализируя данные таблицы, отметим, что состав расходов у промышленных и торговых предприятий несколько различен. У промышленных предприятий в состав коммерческих включаются расходы, непосредственно связанные с содержанием производственных помещений, скла-

дов, заготовительных и приемных пунктов. Данные статьи расходов отсутствуют у торговых организаций, однако у них появляется статья расходов по заработной плате работников, непосредственно связанных со сбытом товаров.

Таблица 1

Различие состава коммерческих расходов для промышленной и торговой сферы деятельности

Состав коммерческих расходов		
В организациях, осуществляющих промышленную и иную производственную деятельность	В организациях, заготавливающих и перерабатывающих сельскохозяйственную продукцию	В организациях, осуществляющих торговую деятельность
<ul style="list-style-type: none"> • затаривание и упаковка изделий на складах; • доставка продукции на станцию отправления, погрузке в вагоны, суда, автомобили и другие транспортные средства; • комиссионные сборы, уплачиваемые сбытовым и другим посредническим организациям; • содержание помещений для хранения продукции в местах ее продажи и расходов по продаже в организациях; • реклама; • представительские расходы; • другие расходы 	<ul style="list-style-type: none"> • общезаготовительные расходы; • содержание заготовительных и приемных пунктов; • содержание скота и птицы на базах и в приемных пунктах; • прочие расходы 	<ul style="list-style-type: none"> • перевозка товаров; • оплата труда; • аренда; • содержание зданий, сооружений, помещений и инвентаря; • хранение и подработка товаров; • реклама; • представительские расходы; • другие аналогичные по назначению расходы

1.3. Значение коммерческих расходов в деятельности организации и их классификация

Хозяйственная деятельность торговых организаций представляет собой продвижение товаров от производителей до потребителей. На всех этапах торговли, включая процессы закупки, хранения, доставки и реализации товаров, возникают расходы различного содержания. Величина таких расходов будет влиять на финансовые показатели, а следовательно на всю картину торговой деятельности организации.

Основные принципы отражения расходов в бухгалтерском учете определяются ПБУ 10/99. В соответствии с допущением временной определенности фактов хозяйственной деятельности расходы признаются в том

отчетном периоде, в котором они имели место, независимо от времени фактической выплаты денежных средств и иной формы осуществления. В целях ведения бухгалтерского учета организация может самостоятельно определять порядок признания коммерческих расходов, который должен быть закреплен в ее учетной политике [2].

Организационно-технологическим особенностям торговли соответствует выделение следующих видов деятельности: снабжение, хранение, сбыт, управление. В экономической литературе предлагается методика управленческого учета расходов на продажу, заключающаяся в сочетании метода учета затрат по видам деятельности и пошагового распределения затрат. Она включает как традиционные подходы к классификации затрат в финансовом и управленческом учете, так и новые методики, ориентированные на стратегическое управление. Для каждого вида деятельности определяется фактор изменения затрат – кост-драйвер. При этом каждый вид деятельности имеет только ему свойственную совокупность факторов [5, с. 12].

Функции «Транспортировка от поставщиков», «Пассивное хранение», «Подработка, подсортировка, упаковка товаров», «Послепродажное обслуживание» отражают влияние качества товаров на затраты организации на разных этапах формирования цепочки ценностей. По операции «Транспортировка от поставщиков» может быть отражено отдельно количество приемок, в результате которых были выявлены нарушения качества и понесенные в связи с этим затраты [5, с. 12].

Для функции «Пассивное хранение» фактором затрат обозначена продолжительность циклов хранения (оборачиваемость товарных запасов в днях). Оборачиваемость товарных запасов в днях (ОД) определяет средний срок хранения товаров на складе за расчетный период, который рассчитывается в предлагаемой модели по формуле:

$$ОД (СТЗ \times Д : СВТЗ) = < Д,$$

где СТЗ – средняя величина товарных запасов за период, нат. ед.;

СВТЗ – сумма выбывших за период товаров, нат. ед.;

Д – количество дней в периоде.

Оборачиваемость рассчитывается отдельно для каждого вида товаров. Для определения общей величины кост-драйвера для функции «Пассивное хранение» частные значения оборачиваемости суммируются [5, с. 13].

Таким образом, все товары потребляют одинаковое количество операций управления за период. Для расчета кост-драйвера используется сумма количества остатка товара на начало периода и количества поступившего товара. Сальдо на начало месяца распределяется между функциями «Транспортировка от поставщиков» и «Транспортировка покупателям» в соответствии с долями, определенными по первичным учетным документам [5, с. 13].

Кост-драйверы в предлагаемой учетно-аналитической модели для каждой функции и товара за период рассчитываются с помощью метода сплошного наблюдения, используемого в бухгалтерском учете. После распределения затрат на операции между товарами данные затраты могут быть разделены между единицами товаров пропорционально их количеству (в одинаковой сумме на каждую единицу данного товара) [5, с. 14].

Таким образом, выполнение названных функций позволит организации выполнить технологические операции с позиции экономичности и рациональности. Однако если у организации не будет учета затрат по направлениям этих функций, то сложно получить информационное обеспечение о затратах для принятия управленческих решений. Систему кост-драйвера можно рассматривать с разных точек зрения и, соответственно, показателей. Нами приведена формула об определении товарных запасов в днях. В то же время ее можно рассмотреть с позиции коммерческих расходов по направлениям.

2. Бухгалтерский учет коммерческих расходов

2.1. Синтетический учет коммерческих расходов

Синтетический учет коммерческих расходов осуществляется на активном собирательно-распределительном счете 44 «Расходы на продажу», который открывается для обобщения информации о расходах, возникающих при реализации товаров. По дебету его собираются все признанные расходы, связанные с отгрузкой и продажей товаров, в корреспонденции со счетами учета материальных ценностей, расчетов по оплате труда и другими счетами в зависимости от источника расходов и затрат. По кредиту отражается сумма списаний коммерческих расходов, относящихся к проданным товарам. Списание расходов на продажу осуществляется в себестоимость продукции на счет 90 «Продажи». Конкретный порядок списания расходов на продажу должен быть закреплен в учетной политике организации.

Аналитический учет коммерческих расходов осуществляется по каждой статье на основании первичных документов. В табл. 2 представлена группировка коммерческих расходов по статьям затрат.

Расходы на рекламу – это расходы предприятия по целевому информационному воздействию на потребителя для продвижения товаров на рынках сбыта. В ряде организаций расходы на рекламу продукции составляют значительный удельный вес в расходах на продажу. Для целей налогообложения расходы на рекламу включаются в себестоимость товаров в пределах утвержденных норм и с удержанием налога на рекламу. Расходы на покупку призов в целях налогообложения нормируются. Величина таких расходов не должна превышать 1 % выручки, полученной в отчетном периоде [14, с. 119].

Таблица 2

Группировка коммерческих расходов по статьям

Статья затрат	Содержание статьи затрат
Грузоперевозка и экспедирование товаров	Погрузочно-разгрузочные работы при реализации товаров, перевозка товаров до склада покупателя
Страхование товаров	Страхование груза при реализации товаров
Услуги по хранению товаров	По договорам ответственного хранения хранитель обязуется обеспечить надлежащую охрану товаров с соблюдением температурного режима
Аренда склада	Аренда складских помещений
Консультационные услуги	Аудиторские услуги, юридическое обслуживание и консультирование по правовым вопросам, представление интересов в арбитражных судах, услуги по переводу текстов
Информационные услуги	Услуги по обновлению правовых и учетных программ, организация и ведение страницы компании в Интернет-ресурсах, доступ к специализированным информационным сайтам
Реклама	Реклама в СМИ, наружная реклама, рекламные щиты, стенды
Амортизация основных средств и нематериальных активов	Амортизационные отчисления по офисной технике и нематериальным активам
Затраты на оплату труда	Затраты на оплату труда сотрудников офиса
Отчисления на социальные нужды	Отчисления органам государственного страхования, Пенсионного фонда от затрат на оплату труда работников
Аренда офиса	Расходы по аренде офисных помещений
Услуги связи	Услуги телефонной сети, каналов связи электронной сети, услуги по экспресс-перевозке документов, услуги почты
Материалы	Расходы на приобретение канцелярских товаров, основных средств стоимостью до 20 000 руб., периодических изданий

Под расходами на транспортировку понимаются расходы по транспортным услугам сторонних организаций. Расходы на доставку собственными средствами организации относятся к другим статьям расходов: амортизационные расходы, расходы на оплату труда. При транспортировке товаров величина расходов зависит от расстояния перевозки, веса перевезенного груза, транспортных тарифов, вида транспортных средств [8, с. 67].

Транспортные расходы подлежат распределению в организациях, осуществляющих торговую деятельность. Сумма расходов на транспортировку, относящихся к остатку товаров на складе, определяется умножением среднего процента на сумму остатка товаров на конец месяца. Средний процент расходов на транспортировку определяется отношением суммы расходов на транспортировку, приходящихся на остаток товаров на складе на начало месяца и расходов на транспортировку, осуществленных в текущем периоде, к суммарной стоимости товаров, реализованных в текущем месяце и остатка товаров на складе на конец месяца. Однако транспортные расходы могут не распределяться между проданным товаром и остатком товара на конец каждого месяца. Это происходит в том случае, если согласно п. 9 ПБУ 10/99 торговая организация признает издержки обращения в себестоимости реализованных товаров полностью в отчетном периоде в качестве расходов по обычным видам деятельности [4, с. 313].

Учет потерь, недостач, отходов по статье «Потери товаров и технологические отходы» ведется по покупным ценам. На эту статью относят также убытки от недостачи и потери от порчи товаров сверх установленных норм в случаях, когда виновные лица не установлены, во взыскании потерь судом отказано, организация имеет решение следственных органов или обоснованное заключение специализированных организаций. Нормы технологических отходов утверждаются Министерством экономического развития и торговли РФ [7, с. 407].

2.2. Состав и содержание коммерческих расходов на примере ООО «Антре Плюс»

Всемирно известная корпорация Л'Этуаль занимает прочное положение на российском рынке косметики и парфюмерии. Сеть розничных магазинов косметики и парфюмерии Л'Этуаль в настоящее время на территории России представлена более 500 магазинами, открытыми в 120 городах. В Санкт-Петербурге корпорацию Л'Этуаль представляет торговая

организация ООО «Антре Плюс», управляющая в городе более чем 50 магазинами. Открывающиеся магазины имеют разный формат, обусловленный месторасположением, но объединены в единый корпоративный стиль, представленный ассортиментом товаров известных марок-производителей.

Согласно учетной политике, принятой в организации, установлен учет товаров, предназначенных для продажи по покупной стоимости без использования счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей». В связи с тем, что у организации нет отдельных оптовых складов, все отгрузки производятся из розничных магазинов.

Суммы коммерческих и управленческих расходов собираются на счете 44 «Расходы на продажу» в разрезе по каждому магазину и администрации. Для разделения этих видов расходов к данному счету предлагается открыть субсчета 44.1 «Затраты административно-управленческого персонала» и 44.2 «Коммерческие расходы». В табл. 3 приводится состав затрат ООО «Антре Плюс» по счету 44 «Расходы на продажу» за март 2009 г.

Таблица 3

**Затраты ООО «Антре Плюс» по счету 44
«Расходы на продажу» за март 2009 г., руб.**

Наименование счета	Сумма оборота	Процент к итогу
44.1 «Затраты АУП»	2 509 125,23	5,1
44.2 «Коммерческие расходы»	47 055 579,63	94,9
44 «Расходы на продажу»	49 576 048,53	100

Анализ данной таблицы позволяет сделать вывод о том, что большую часть составляют коммерческие расходы, достигая 94,9 %. Административные расходы составляют 5,1 % от общей суммы затрат по 44 счету. Это обусловлено сферой деятельности организации, которая предполагает затратоемкость процесса сбыта.

В табл. 4 приводятся статьи коммерческих расходов ООО «Антре Плюс» за март 2009 г, отражаемых на счете 44.2 «Коммерческие расходы».

Анализ данной таблицы позволяет сделать вывод, что наибольшую сумму расходов составляют арендные платежи, достигшие 41,5 %. Это связано с большим количеством магазинов, широкой розничной сетью,

охватывающей все районы города и занимающей большие торговые площади. Вторую по величине сумму расходов составляет заработная плата работников сбыта, достигая 21,4 %. Это обусловлено большой торговой площадью, а следовательно необходимостью найма большого числа работников сбыта: продавцов-консультантов, кассиров, визажистов.

Таблица 4

Затраты ООО «Антре Плюс» по счету 44.2 «Коммерческие расходы» за март 2009 г.

Наименование статьи расхода	Сумма расхода	Процент к итогу
Амортизация ОС, НМА	2 225 145,45	4,7
Арендная плата	19 542 556,18	41,5
Заработная плата работников сбыта	10 081 996,83	21,4
Коммунальные платежи	4 277 403,01	9,1
Материальные расходы	3 075 450,03	6,5
Налоги	2 515 941,11	5,3
Наружная реклама	10 169,49	0,02
Обслуживание, ремонт	578 192,00	1,2
Охрана	1 038 434,84	2,2
Прочие	1 400 342,69	3
Прочие расходы на рекламу	167 307,36	0,4
Реклама в СМИ	1 893 722,90	4
Связь (телефон, почта, Internet)	181 927,57	0,4
Страхование	66 990,17	0,1
Итого	47 055 579,63	100

2.3. Методы распределения коммерческих расходов и их отражение в бухгалтерской отчетности

Для получения данных, необходимых пользователям, система учета построена так, чтобы оперативно выделялась любая статья затрат. В рамках финансового учета аналитический учет по счету 44 «Расходы на продажу» ведется по видам и статьям расходов. При частичном списании в конце месяца подлежит распределению только часть таких расходов. В промышленности между видами товаров распределяются расходы на упаковку и транспортировку, а в торговле транспортные расходы распределяются между проданным товаром и остатком товара на конец месяца в денежном выражении. В экономической литературе предлагается следующая иерархия субсчетов к счету 44 «Расходы на продажу», представленная в табл. 5 [5, с. 14].

В данной таблице иерархия субсчетов отражает последовательность отражения расходов на продажу в управленческом учете. Чем выше уро-

вень субсчета, тем раньше производится соответствующий этап формирования названных расходов. Базой для учетных записей в обоих случаях служат первичные учетные документы. Кодирование субсчетов всех уровней осуществляется на основе разработанного организацией классификатора субсчетов.

Таблица 5

Иерархия субсчетов к счету 44 «Расходы на продажу»

Уровни субсчетов	Субсчета к счету 44 «Расходы на продажу»
I	По местам возникновения затрат 44-Х...
II	По статьям затрат 44-XX...-XX
III	По функциям (видам деятельности) 44-Х...-XX-Х
IV	По подфункциям 44-Х...-XX-Х-Х
V	По видам товаров 44-Х...-XX-Х-Х-Х...
VI	По зависимости от объема производства 44-Х...-XX-Х-Х-Х...-Х

Все коммерческие расходы по способу их включения в себестоимость проданной продукции можно разделить на две группы: прямые и косвенные. Если в отчетном месяце продана не вся отгруженная продукция, то в учете необходимо распределить прямые коммерческие расходы. База распределения может быть разной в зависимости от стоимости продукции, ее веса. Примером прямых коммерческих расходов является стоимость тары. Косвенные коммерческие расходы относятся к нескольким видам реализованных товаров, поэтому их тоже необходимо распределять. Наиболее часто используется распределение пропорционально стоимости реализованных товаров и остатка отгруженных товаров в оценке по учетным ценам.

Расходы признаются в отчете о прибылях и убытках, когда возникшее уменьшение в будущих экономических выгодах, обусловленное уменьшением актива, или увеличение обязательства может быть измерено с достаточной степенью надежности [2]. Они признаются с отражением прямой связи между произведенными затратами по соответствующей статье.

В расходы отчетного периода в отчете о прибылях и убытках включаются все статьи, удовлетворяющие критерию признания расходов, независимо от того, как они трактуются с точки зрения налогооблагаемой базы [2]. В составе информации об учетной политике организации в бухгалтерской отчетности должен раскрываться порядок признания коммерческих расходов.

Показатели годовой бухгалтерской отчетности по расходам на продажу, а также порядок их формирования определяются требованиями нормативных актов по учету, которые могут быть разделены на группы:

- требования, которые устанавливают общие принципы составления бухгалтерской отчетности;
- требования, которые устанавливают особый порядок оценки для отдельных показателей бухгалтерской отчетности и соответственно объектов бухгалтерского учета [12, с. 161].

В экономической литературе в зависимости от положений учетной политики выделяют четыре варианта формирования показателей бухгалтерской отчетности, представленные в табл. 6.

Рассмотренные четыре варианта формирования показателей бухгалтерской отчетности по расходам, связанным с реализацией, применяются в зависимости от положений учетной политики организации. Порядок формирования статей бухгалтерской отчетности также определяется положениями учетной политики организации по учету расходов на продажу и приобретение товаров. В бухгалтерской финансовой отчетности суммы коммерческих расходов вычитаются из показателя валовой прибыли организации и, таким образом, определяется показатель прибыли (убытка) от продаж отчетного периода. Это говорит о важности отражения сумм коммерческих расходов при составлении бухгалтерской отчетности.

Таблица 6

Варианты формирования показателей бухгалтерской отчетности по коммерческим расходам

Вариант формирования показателей	Отражение расходов в бухгалтерской отчетности
Вариант 1	Расходы по заготовке и доставке товаров до центральных складов включаются в расходы на продажу. Расходы на продажу являются расходами отчетного периода
Вариант 2	Товары оцениваются по фактическим расходам на их приобретение. Расходы на продажу являются расходами отчетного периода
Вариант 3	Расходы по заготовке и доставке товаров до центральных складов включаются в расходы на продажу. Расходы по заготовке и доставке товаров до центральных складов распределяются между товарными запасами и реализованными товарами. Расходы, непосредственно связанные с отгрузкой товара, распределяются между отгруженными и реализованными товарами
Вариант 4	Товары оцениваются по фактическим расходам на их приобретение. Расходы, непосредственно связанные с отгрузкой товара, распределяются между отгруженными и реализованными товарами

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Экономическую жизнь современного общества невозможно представить без трех основных направлений деятельности: производства, обращения и потребления. Эти сферы находятся в постоянном взаимодействии друг с другом и неразрывно связаны. Движению общественных благ от производителя к потребителю на всех этапах сопутствует появление различного рода затрат и расходов, которые несут участники экономических отношений.

Формирование коммерческих расходов происходило в неразрывной зависимости от исторического развития производства, торговли и товарно-денежных отношений. Долгое время их изучению не уделялось достаточного внимания со стороны теоретиков и практиков экономики. Однако в последнее время коммерческие расходы представляют все больший интерес для изучения в связи с их неимоверно быстрым ростом в результате развития рыночных отношений, сопровождаемого бурным развитием промышленности, научно-технологическим прогрессом, революцией в сфере коммуникаций.

Ярким примером организации бухгалтерского учета коммерческих расходов является торговая корпорация Л'Этуаль, на сегодняшний день занимающая прочное положение на российском рынке косметики и парфюмерии. В бухгалтерском учете ООО «Антре Плюс» – представителя Л'Этуаль в Санкт-Петербурге – суммы коммерческих и управленческих расходов собираются на счете 44 «Расходы на продажу» в разрезе по каждому магазину и администрации. Предлагается для целей управления к данному счету открыть субсчета 44.1 «Административно-управленческие расходы» и 44.2 «Коммерческие расходы». Выделение названных субсчетов обусловлено тем, что коммерческие расходы являются условно-переменными и зависят от объема продаж, а административно-управленческие являются условно-постоянными, эффективность которых связана с определением этих расходов на рубль получаемых доходов.

Данные рекомендации по учету коммерческих расходов позволят осуществить учет затрат по местам возникновения, центрам ответственности, а их анализ – осуществить необходимое управление. Снижение расходов напрямую зависит от эффективности деятельности менеджмента организации, от верности и своевременности принятия управленческих решений руководителями. Благодаря человеческому капиталу как интенсивному производительному фактору экономического развития с неогра-

ническим инструментарием интеллектуального и управленческого труда существует возможность преодолеть всепоглощающий рост коммерческих расходов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» от 21.11.1996 г.
2. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99, утвержденное приказом Минфина РФ от 06.05.99 № 33н.
3. Бакаев А.С., Безруких П.С., Врублевский Н.Д. Бухгалтерский учет: учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Бухгалтерский учет, 2002. – 719 с.
4. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет. – 5-е изд., М.: Омега – Л, 2006. – 576 с.
5. Галкина Е.В. Классификация и калькулирование расходов на продажу в управленческом учете // Бухгалтерский учет. – 2006. – №18. – 71 с.
6. Гиляровская Л.Т. Бухгалтерское дело: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит». – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 423 с.
7. Глушков И.Е. Бухгалтерский учет на предприятиях различных форм собственности. – 14-е изд. – М.: КНОРУС, 2008. – 944 с.
8. Гульпенко К.В. Проблемы развития бухгалтерского учета на автомобильном транспорте / СПбГИЭУ. – СПб, 2004. – 187 с.
9. Карзаева Н.Н., Бельтова Т.А. Товары и расходы на продажу // Бухгалтерский учет. – 2003. – № 24. – 9 с.
10. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: учеб. пособие. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 717 с.
11. Кулишер И.М. История русского народного хозяйства / И.М. Кулишер. – М.: – Наука, 2004. – 693 с.
12. Львова И.Н. Учетная политика организации: учеб. пособие / И.Н. Львова. – М.: Магистр, 2008. – 271 с.
13. Пачоли Л. Трактат о счетах и записях / Под ред. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 1994. – 220 с.
14. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 248 с.
15. Ротшильд М. Коммерческая энциклопедия / Под. ред. С.С. Григорьева. Т. 3. – СПб., 1900, 428 с.
16. Соколов Я.В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней: учеб. пособие для вузов. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 638 с.

Журавлева З.С.

Россия, г. Тула

Тульский филиал Российского государственного
торгово-экономического университета

Ростовцева Л.И., д.социол.н., доцент – научный руководитель

РОСКОШЬ, ДЕМОНСТРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ГЛАМУР: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Проблема роскоши и демонстративного потребления на протяжении длительного времени не дает покоя экономистам и мыслителям. Не потеряла она своей актуальности и сегодня. Более того, из-за быстрого проникновения в культуру и сознание современного человека гламура весьма важно понять: что это за феномен? Поскольку прародителями гламура являются роскошь и демонстративное потребление, обратим сначала внимание на эти два понятия.

1. Понятие «роскошь» в русской экономической мысли

Роскошь (от *лат.* «обилие плодородия», «расточительность, распутство») – понятие, смысл которого исторически обусловлен и зависит от экономических условий общества, его культуры и структуры. К примеру, то, что когда-то считалось роскошью в Древней Греции или в Древнем Риме, сейчас оценивается иначе. Время неумолимо движется вперед, изменяя взгляды, мировоззрение, отношение человека к окружающему миру, в том числе и к роскоши вследствие развития технологий, научно-технического прогресса.

У В.И. Даля роскошь определяется в двух смыслах, один из которых позитивный, а второй негативный. В соответствии с первым роскошь есть изящество, обилие прекрасного, богатство и полнота, тороватость. С другой стороны, отрицательной, роскошь – излишество удобств, хвастливой тороватости, расточительность на насущное, на убранства, пищу, на все жизненные потребности. Отсюда и глагол «роскошничать» означает жить роскошно, в роскоши, т. е. предаваться изнеженной, прихотливой и расточительной жизни. Роскошный человек, роскошная жизнь – расточительные, чувственные, все в наслаждениях, утонченные и извращенные [3].

Аналогичное отношение к роскоши обнаруживается и в отечественной политической экономии. Например, А.И. Бутовский, автор первого

русского учебника политической экономии, вышедшего в свет в Санкт-Петербурге в 1847 г., определял роскошь как излишнее потребление, т. е. удовлетворение потребностей сверх необходимого уровня, обеспечивающего не только выживание, но и развитие личности. Он рассматривал роскошь как допустимое явление, даже необходимое, так как в потреблении излишнего заключается главное отличие человека от животного. Главный критерий истинной роскоши – она не должна быть следствием страсти. По его мнению, следствием роскоши может стать улучшение потребления, если оно основано на расчетливости и осуществляется в пределах дохода, которым располагает человек [9].

А.И. Бутовский выделяет два вида роскоши: внутреннюю и внешнюю, соответственно, одобряемую и неодобряемую. Первый вид связан с ростом благосостояния и состоит в улучшении удовлетворения первоначальных потребностей как низших, так и высших; тогда роскошь способствует распространению «привычек опрятности, бережливости и порядка». Второй вид – наружная (внешняя, «выказная») роскошь означает потребление ради удовлетворения своего тщеславия, чтобы казаться богатым; тогда человек приобретает вещи не потому, что они ему необходимы, а потому что они дорого стоят и редки. Как внутренняя, так и внешняя роскошь по мере привыкания к ней человека, становится неотъемлемой частью его потребления [2].

В 1896 году вышла в свет книга «Начала политической экономии», автором которой был известный русский экономист, социолог и статистик А.А. Исаев. Он определял роскошь, как «потребление таких вещей и в том количестве, которые резко отличаются от средних, распространенных потребностей в данное время и в данном месте» [5]. Тем самым он указывает на относительный и преходящий характер роскоши. Если в Древнем Риме роскошь не была всенародным явлением в силу неразвитости общественной жизни, то в конце XIX века, она уже носила «показной характер» и все делалось для того, чтобы ее видели другие люди. По сути, этой фразой Исаев уже подводит к появлению демонстративного потребления.

А.А. Исаев различает роскошь в общественном потреблении и роскошь частных хозяйств, последняя им осуждается. Прекрасные храмы, украшенные драгоценными камнями и расписанные великими мастерами, музеи, в которых сосредоточены редкие предметы искусства, театры, общественные парки, библиотеки с миллионом полезных книг – все это роскошь общественного потребления. Такая роскошь получает санкцию, ибо и бедняк может получить от бесплатного пользования ею необходимую

дозу удовлетворения. В то же время пожертвования частных лиц на ее создание и процветание являются наилучшей формой использования богатства при существовании данного хозяйственного строя. Затраты на общественную роскошь со стороны государства и единиц самоуправления также могут быть оправданы, если при этом удовлетворяются главные коллективные потребности и равномерно распределяются налоги. Но Исаев осуждает ситуации, когда нарушается первоочередность удовлетворения нужд, например, он не одобряет построение великолепного театра, если в городе нет достаточного количества училищ.

Эти слова Исаева не потеряли до сих пор своей актуальности. Так, например, в городе Туле за последние годы было построено большое количество фонтанов, особенно на центральных улицах. Но когда их строили, видимо, никто не задумывался, что содержание фонтанов – дорогое удовольствие. Сейчас большинство из них уже не работают, несмотря на то, что ежегодно из городского бюджета на их обслуживание выделяется 4 млн руб. (2,8 млн руб. на водный комплекс у Тульского областного театра драмы и 1,2 млн руб. – на каскад от стадиона до ул. Первомайской) [19]. Для сравнения, на образование из городского бюджета выделяется всего лишь 1 млн 656 тыс. руб. [16], что в 2 раза меньше, чем на содержание фонтанов.

По Исаеву, главный источник роскоши в частном хозяйстве – чувственное влечение и тщеславие. Человек хочет показать себя окружающей его публике, удостоиться всеобщего внимания. Его основная цель – выделиться из толпы. Для этого люди приобретают дорогую одежду, стремятся построить просторное жилище, украсить его редкими и дорогими предметами быта. В этом случае роскошь является двояким злом: с одной стороны, из-за отсутствия границ тщеславия человек направляет все свои помыслы в русло разнообразия потребления, лишая себя времени и сил на духовное и физическое совершенствование. С другой стороны, богатый человек всегда вызывает зависть у бедного, лишая его последней доли счастья. Поэтому роскошь осуждалась мыслителями. Так, например, стоики в Древней Греции, отцы церкви и средневековые схоласты бичевали ее как источник развращения людей. Однако мнение экономистов было иным – роскошь богатых людей содействует расширению производства и дает заработок бедным. Отношение Исаева к данному высказыванию таково: «Нравственное чувство побуждает стать на сторону мыслителей, которые осуждают роскошь» [5].

Осуждение роскоши мы слышим и от предтечи русской экономической науки И.Т. Посошкова. В своей «Книге о скудости и богатстве» он

обосновывает необходимость сословных норм потребления, чтобы «у кого пожитку больше нет, тот бы не тщеславился, но всяк бы свою мерность знал» [8]. Относительно различий в одежде, которую должны носить люди разных чинов, он приводит три аргумента: «Первое. Что чин от чина явен будет и всяк свою мерность будет знать, другое, что у всякого чина денежные изтраты излишние не будет, третье, что царству наполнение будет немалое». Поскольку посадские люди украшают себя, жен и своих детей, постольку «в том украшение излишнем себя истощевают» [8].

Посошков, осуждая роскошь, придерживался как христианской, так и меркантилистской позиций. С одной стороны, он сравнивает роскошь с грехом, с другой, меркантилистской позиции, предписывает русским купцам не покупать заморские предметы роскоши, без которых можно обойтись, чтобы способствовать накоплению денег.

Хочется подчеркнуть особенность русского меркантилизма, представленного не только у Посошкова, но и у других наших мыслителей. В России всегда было более широкое понимание богатства, чем на Западе. Кроме материальных благ, к нему относят еще и духовные, причем последним придается главенствующее значение в силу православной культуры. «Нам надобно не парчами себя украшать, но надлежит добрым нравом и школьным учением и христианскою правдою и между собою истинною любовью и непоколебимым постоянством яко в благочестивой христианской вере, тако и во всяких делех. И за таковое украшение не токмо на земли, но и на небеси будем славны» [8].

Необходимо отметить своеобразный взгляд на роскошь С.Н. Булгакова, экономиста, социолога, публициста, религиозного философа. Он видит роскошь как оборотную сторону и постоянную опасность богатства. Роскошь, по его мнению, есть победа чувственности над духом, мамоны над Богом в идеальной душе и в целом обществе. Когда мы чувствуем наслаждение, мы имеем связь с роскошью.

Булгаков критикует «эстетический эпикуреизм» В. Зомбарта, основанный на наслаждении (эта критика сегодня звучит весьма актуально в связи с проблемой гламура). Причину перерождения его из грубого гедонизма о. Сергей видит в ограниченности физиологических потребностей, удовлетворение которых имеет предел. Чтобы продолжать получать удовольствие, наслаждение, потребности, надо утончать. Для этого и привлекается эстетика на помощь чувственному. Но далее он разъясняет: «Уже в одном этом словосочетании заключается чудовищное противоречие, ибо прекрасное по своей метафизической природе неотделимо от

доброто и эстетика от этики, но для эпикурейского эстетизма, задающего тон современному декадентству, характерен именно этот эстетизм, вне всякой его связи с высшими деятельностями духа, следовательно, в подчинении низшим» [1].

Но о. Сергей не приемлет и «чистый» аскетизм. Самое последовательное и решительное выражение его дает религия буддизма, различные религиозные секты, которые отрицают всякую радость жизни, видят в ней абсолютное зло. Булгаков не согласен с гонением из жизни радости. Он выступает за рост богатства, но не как абсолютную ценность, а как условие освобождения личности. В работе духовной видит он цель нашей жизни, а все остальное – средства для ее реализации.

Важно заметить, что и роскошь, и нищета, по Булгакову, одинаково антикультурны, ибо духовная нищета может быть как в палатах вельмож, так и в лачуге бедного. Духовный упадок приводит к упадку хозяйственному. О. Сергей по данной проблеме ссылается на Евангелие, которое не гонит человеческую радость, не осуждает культуру и экономический прогресс, но предостерегает от искушения и богатства.

Нищета приносит человеку сильнейшее страдание. Она заполняет все мысли, сознание человека, подобно как недуг сковывает тело больного и препятствует деятельности духа. Таким образом, богатство, по С.Н. Булгакову, есть необходимое условие развития. Очередь высших потребностей наступает, когда удовлетворены низшие. Культурный расцвет совпадает с эпохой материального расцвета, и наоборот, культурный упадок сопровождается упадком экономическим. Булгаков выступает против нищеты, унижающей достоинство человека, но и против роскоши, влекущей к моральному вырождению.

Если смысл жизни не в наслаждениях, а в благах духа, то внутренняя жизнь человека представляет постоянную борьбу между духом и чувственностью за обладание человеком. Внутреннее богатство влияет на дух человека, толкая к искушению. Чтобы добиться правильного соотношения между потребностями духа и плоти, необходимо контролировать дух и чувственность.

2. Демонстративное потребление в эпоху Модерна и Постмодерна

Предыстория демонстративного потребления начинается в глубокой древности, когда люди начинают создавать первую одежду и украшения. Появление первой одежды объясняется многими причинами: стремлением человека защитить свое тело от холода, а в южных районах – прикрыть

половые органы из-за чувства стыда. Некоторые этнографы на первое место ставят не чувство стыда, а желание нравиться. Кроме того, в древние времена по полноте одежды женщины можно было судить о ее привлекательности, достоинстве и социальном положении. Стремление к отличию от других реализовывалось посредством одежды и украшений как социальными знаками. С выделением вождей, старейшин, военных предводителей их высокое положение подчеркивали украшения и одежда, которую могли носить только они и никто больше. Например, в Западной Африке предводители племен носили шапки из меха определенной антилопы.

В античные времена у Аристотеля, Эпикура, Аристиппа можно найти мысли, касающиеся потребления. Однако предметом специального анализа данная тема стала в XIX веке. Заметим, что отечественные экономисты обратили на нее внимание раньше, чем западные. Да, американец норвежского происхождения Т. Веблен подробно проанализировал демонстративное потребление в своей работе «Теория праздного класса» в 1899 г., англичанин А. Маршалл, родоначальник микроэкономики, критикует «потребление напоказ» в «Принципах экономики» в 1890 г. Но, как мы уже сказали, в 1847 г. наш экономист А.И. Бутовский и в 1896 г. А.А. Исаев тоже анализировали проблемы роскоши и потребления, в том числе демонстративного.

В западной интеллектуальной традиции демонстративное потребление объяснялось прежде всего стремлением к получению удовольствия от обладания богатством, тщеславием и стремлением к получению чувственных удовольствий (И. Бентам, Ж.Б. Сэй, А. Маршалл, Ф. Ратцель), завистливым сопоставлением себя с другими и инстинктом мастерства (Т. Веблен) [11]. В России же, в силу особенностей национального характера, В.О. Ключевский добавил еще два «симпатичных обстоятельства» демонстративного поведения: желание доставить удовольствие ближнему своему приятным внешним видом и понравиться самому себе, что обнаруживает наш коллективный характер и стремление к самосовершенствованию, предписываемое православием [9].

Периодизация демонстративного потребления связана с эпохами Премодерна, Модерна и Постмодерна (см. рис.1 [12]).

Таким образом, на основе приведенной схемы, мы видим, что демонстративное поведение в том или ином обществе в первую очередь зависит от главного ресурса. Необходимо отметить также, что специфика демонстративного поведения в каждой их вышеперечисленных эпох различна. Она связана прежде всего с мотивами поведения. В современном

обществе можно выделить следующие основные мотивы демонстративного потребления: экономические, порождаемые стремлением сделать явным, очевидным свое денежное состояние посредством отождествления себя со своим внешним богатством; социальные, создающие возможность идентификации и демонстрации своего социального статуса; моральные, вытекающие из желания получить удовлетворение посредством общественного признания таких социальных санкций, как комплимент, одобрение, восхищенный взгляд и т. д.; психологические, когда потребление тех или иных благ повышает самооценку, уверенность в себе, вызывает самоуважение; гедонистические, когда демонстративное потребление рассматривается как источник удовольствия, наслаждения; эстетические, что обусловлено потребностью в прекрасном, художественном в жизни. Соответственно в зависимости от мотивации демонстративное потребление можно классифицировать как показное, статусное, престижное, гедонистическое, эстетическое [11].



Рис. 1. Особенности демонстративного потребления в зависимости от эпохи

У Веблена говорится о нескольких видах демонстративного поведения: демонстративном потреблении праздного класса и подражающих ему ниже-

стоящих классов, а также демонстративном потреблении хозяина, его домочадцев и слуг. Цецерман Ю.А. в своей диссертации указала еще три классификации демонстративного потребления:

- Элитарное потребление, которое свойственно высшему классу и направлено на приобретение вещей и услуг, высокая стоимость которых очевидна (дорогие иномарки, яхты, особняки, антиквариат), а также раздражительное, которое охватывает и средние, и нижестоящие слои, вследствие него люди экономят ради того, чтобы приобрести две-три дорогих вещи.

- Прямое и подставное демонстративное потребление, когда собственник демонстрирует свое денежное состояние сам и когда это делают его домочадцы, прислуга.

- Социально-позитивное потребление, которое может одобряться в обществе (например, сопряженное со спонсорством), и социально-негативное, граничащее со страстью, девиацией, неодобряемое. Примером последнего потребления являются «шопингомания», «игромания» и другие развлечения, способные негативно сказаться на здоровье, благополучии и даже на жизни человека [12].

Хочется отметить тот факт, что потребление зависит и от места проживания. Житель города, стремясь показать уровень своего благосостояния, приобретает вещи, благодаря которым, он может обозначить свой социальный статус. Человек, проживающий в деревне, видит меньше смысла в демонстративном потреблении просто потому, что односельчане все равно знают друг о друге все: кто беден, а кто – богат. Это в городе человек одинок, его постоянно окружают незнакомые люди, вот и появляется стремление показать себя, обозначить свой социально-экономический статус с помощью вещей. Горожане видят благосостояние в красивой одежде, машине, а сельчане – в хорошем доме и питании.

Демонстративное потребление свойственно не только богатым, но и бедным. Его давление диктует иррациональное поведение. В такой ситуации быть скромным, неприметным становится неприличным. Поэтому бедные стремятся быть «не хуже людей», иначе они могут быть подвергнуты осмеянию и изоляции.

Дорогая одежда, золотые украшения играют важную роль в показном потреблении в относительно бедных странах. В развитых странах очень богатый человек может не отличаться от других в одежде, но иметь огромный особняк или яхту. Одежда из дорогих магазинов используется для демонстративного потребления, в основном, представителями среднего класса. Высший класс предпочитает штучные экземпляры от лучших

мировых модельеров. Низшие слои общества принимает за ориентир вещи, которые доступны только высшему классу. По поводу этого говорил и Веблен. Это характерно и для современного общества. Полностью скопировать потребление более высоких слоев невозможно для бедного человека, но купить несколько дорогих вещей – под силу.

В России на сегодняшний день нет четко сформированной социальной структуры. Из-за этого нам иногда приходится жить по чужим стандартам.

В нашей стране сейчас имеют место разные тенденции в потреблении: как на уровне своего статуса, так и выше или ниже. Это связано, во-первых, с боязнью привлечь к себе внимание многочисленных преступников, воров, во-вторых, со стремлением скрыть доход от налогообложения, в-третьих, с желанием самоутвердиться, завоевать репутацию посредством потребления.

Сейчас все больше людей вкладывают свои денежные средства в образование детей и стремятся следить за своим здоровьем, занимаются спортом. Формой показного потребления является занятие такими видами спорта, как большой теннис, горные лыжи, плавание на яхтах, верховая езда. Вместе с тем широчайшее распространение получили за годы рыночных реформ и такие формы демонстративного потребления, которые носят негативный характер: подражательное, подставное, социально-негативное и другие и обуславливают появление гламура.

3. Гламур в потреблении и экономике

Термин «гламур» (*англ.* glamour – чары, заим. из *фр.* grammaire – колдовство) первоначально рассматривался как стремление, принудить человека смотреть на вещи по-другому, поверить во что-либо [13]. В конце XIX века общее значение смещается, и термин применяется в отношении обычных предметов и ювелирных изделий без отношения к сверхъестественному, просто акцентируя внимание на внешнем виде. В обиход термин «гламур» вошел в 1930–1940 гг. Официальный статус приобрел в США, в Голливуде кинематограф способствовал пониманию гламура как иллюзии, волшебства. В Европе появились первые послевоенные журналы для женщин. В Великобритании в 1947 г. «гламур» входит в список модных слов. В России первые упоминания данного слова зафиксированы в 1990 г., однако широко употребляемым оно становится в 2000-е, особенно после первого выпуска одноименного журнала в 2004 г.

Глянцевый, с красивыми картинками, бессмысленными текстами, рассказами о сексе, советами, как выйти замуж за олигарха и т. п. На многих каналах телевидения стали часто показывать передачи с Перис Хилтон, с Ксенией Собчак. Так, передача «Блондинка в шоколаде», которую показывали по MTV, отражает наиболее существенные признаки гламурного человека. Эта передача демонстрирует безнравственное поведение, стремление к «бешеным» деньгам. В каждой передаче главная героиня посещает элитные ночные клубы.

А кто же не помнит проект «Дом 2», который также вела известная «светская львица». Эта передача и по сей день вызывает множество споров. По нашему мнению, подобные проекты наносят серьезный вред молодому поколению: развращают нравы, пропагандируют несоразмерное потребление. А как понять объявление на сайте Ksenia-star.ru о продаже 450 пар собственных старых туфель? В одном из столичных центров современного искусства в «Винзаводе» Ксения организовала выставку-продажу своей обуви летом в 2008 г. Каждый здравомыслящий человек понимает, что эта обувь у нее не последняя. А сколько у нее еще кофточек, курточек, платочков и т. д.? А сколько времени и денег надо затратить на покупки и примерки? Останутся ли силы у среднего, обычного человека на какую-либо другую деятельность, кроме потребления? Конечно, нет.

Получается, что Собчак проводит акцию под лозунгом «делай как я», тем самым внедряя гламур в сознание молодежи.

Видимо, на основе поведения Ксении Собчак и других «выдающихся личностей», журнал «Огонек» установил следующую классификацию типов в русском гламуре:

- Тип «Ксения Собчак» (или дягилевский гламур). Это посетители элитных ночных клубов «Дягилев», «XIII» и им подобных, где важна именно последняя коллекция модных брендов. Живое воплощение – две подруги: бывшая модель Ульяна Цейтлина и «телесветская львица» Ксения Собчак, которые знают что сегодня модно – а что нет.

- Тип «как бы Ксения Собчак» (или народный гламур) – это девушки в «фальшивке», знающие все про жизнь «звезд», подражающие им и мечтающие о Куршевеле и Сен-Тропе.

- Тип «Чичваркин» (или новый олигархический гламур). Внешне многие олигархи – люди скромные и малозаметные, так как не каждый может отличить подлинную вещь от подделки. Имея солидный счет в банке, необязательно самоутверждаться с помощью одежды. Поэтому костюм

может быть, как у Чичваркина, бывшего хозяина «Евросети»: бейсболка, джинсы, толстовка.

- Тип «Чекистский гламур» – мужчина средних лет с офицерским прошлым, ведущий двойную жизнь. Может иметь дом на Рублевке, а ездит на работу на «Волге». Спорт, семейные ценности, много работы, много говорит о любви к Родине, предпочитает черный и темно-серый цвет.

- Тип «Федя Бондарчук» – растущее племя топ-менеджмента, всегда в ночных клубах, 70 % мужчин, обеспечивающие 99 % доходов этих клубов. Признаки: отличные ботинки, идеально сидящий пиджак, модные джинсы, дорогие часы, прекрасная рубашка (но без галстука!) [14].

Иногда добавляют еще тип «Сергей Зверев», наиболее явственно отражающий такую черту гламурного человека, как женственность [9]. И тип «Тимати» – парень, с бриллиантовыми или иными сережками в ушах, одетый в брендовую спортивную толстовку и спущенные джинсы. Молодых людей, желающих быть на него похожими, – несчитанное количество. Даже среди тульской элиты и представителей среднего класса достаточно много молодых людей, повторяющих имидж своего кумира. Часто гламур у нас ассоциируется с «чисто женским» явлением, но, оказывается, сегодня существует много мужчин, которые не могут без него жить.

Гламур – это серьезная проблема общества. Ю.М. Осипов, директор Центра общественных наук при МГУ им. М.В. Ломоносова, в работе «Гламур как искусство и порча» дает несколько определений гламура:

Гламур – это развлечение, игра, театр. Гламур – несерьезность, точнее, легкость, ибо он при всей своей затейливости и усложненности, не более чем мимолетная и мнимая безвесомость. Гламур – сказка, мифчик, фантик, он не более чем какой-нибудь образ, естественно, красивый, бросающийся в глаза, не так, быть может, яркий, как ясный, феерический, светящийся. Гламур – искусство, за ним стоит способность доводить реальность до видимой ирреальности, до образа самого образа [7]. В этих определениях наиболее точно отражена вся сущность гламура. Никчемный мир и вовсе не безвредный. Фикция, правда, полная очарования, чародейства, но за которой пустота. Красивая форма, но без содержания. Искусительное замещение бытия.

Мода, бренд, шик, тусовки, роскошь, внешний блеск, деньги, дорогие машины – все эти термины входят в понятие «гламур». Люди все чаще хотят показать свое положение в обществе, выделиться одеждой, машинами, дорогими часами, а те, у кого достаток не позволяет приобрести

что-то дорогое и престижное, довольствуются маечками якобы от D&G и сумочками от Louis Vuitton. Уничтожаются духовно-нравственные ценности, люди все реже задумываются о создании семьи, они хотят жить свободно, менять женщин как перчатки, посещать ночные клубы, тратить родительские деньги на ветер. А что в итоге? Ничего. Бесполезно прожитая жизнь, старость в одиночестве, полная бездуховность, ненужность обществу. Это еще хорошо, если доживет такая «личность» до старости, но ведь многие посетители ночных клубов употребляют наркотики, в безразмерных количествах пьют алкоголь, выкуривают огромное число сигарет. Согласно статистическим данным, на сегодняшний день в России регулярно употребляют наркотики 5,99 млн человек [17]. Ежегодно от их употребления погибает свыше 100 тыс. человек в возрасте до 30 лет. Что касается алкоголя, то на данный момент Россия занимает 19 место в мире по количеству выпиваемого спиртного. Каждая пятая смерть в нашей стране связана с его губительным воздействием на организм человека [18]. Если так будет продолжаться и дальше, то в конце концов это приведет к деградации и вымиранию нации.

Культура русского человека всегда была основана на нормах морали, на вере. Так, в «Домострое» – памятнике русской культуры XVI века, связанном с именем протопопа Сильвестра, духовника царя Ивана IV Грозного, в первой главе есть два пункта, один из которых о праведном житии, а другой – о неправедном. Так, он пишет: «А если кто по-божески живет по заповедям господним, по отеческому преданию и по христианскому закону, то есть если владыка судит справедливо и нелицемерно и одинаково всех, богатого и бедного, ближнего и дальнего, известного и неизвестного, такие, конечно, будут вознаграждены за свои справедливые решения» [4]. Про неправедное говорится следующее: «А кто живет не по-божески, не по-христиански, страха божия не имеет и отеческого предания не хранит, и о церкви божьей не радеет, и святого Писания не требует, и отца духовного не слушает, блуд и распутство, и сквернословие, и срамные речи, клятвопреступление, гнев и ярость и злопамятство, с женщиной живет не в законе или на стороне блудит – во всех тех запретных делах не помилует Бог, люди же проклянут, а обиженные вопиют к Богу: и своей душе гибель, и дому разорение» [4].

На Руси всегда стремились жить праведно (может, не всегда получалось, но стремление как норма зафиксировано в Домострое). У людей была боязнь Божией кары и стыд перед людьми. Сейчас же мы наблюдаем практически полную бездуховность молодежи. Гламур, словно змей, об-

вивает не только тело человека, но проникает в его душу. Для гламурного человека нет ничего святого, он считает себя королем всего мира, для которого нет ничего невозможного. В то же время, не задумываясь о своем духовном состоянии, многие считают, что верить и молиться Богу им не обязательно, просто незачем, как многие говорят «ничего просить – итак все есть». Но разве это правильно? Конечно, нет. Мы не спорим, что вера – выбор каждого, здесь никого нельзя заставлять, но православная культура – это основа нашего государства, наши истоки. На наш взгляд, вера, это неотъемлемая часть жизни русского человека.

Получается, что гламур – это жизнь без смысла. Это какая-то мишура, которая украшает наше тело, но не душу. И с этим надо бороться. Как нам самим, так и государству. *Во-первых*, надо запрещать показывать фильмы и телешоу, где наши «звезды» пропагандируют жизнь без комплексов и морали, тем самым внедряют гламур в народные массы (предвижу возражения оппонентов: человек должен иметь свободу выбора, запретами ничего не добьешься); *во-вторых*, необходимо показывать по телевидению исторические фильмы, культурные передачи, несущие в себе смысл духовного и морального единства поколений; *в-третьих*, нужно прививать молодежи любовь к Родине с ее традициями и культурой, воспитывать новые поколения в духе патриотизма, духовно-нравственные ценности не должны отодвигаться материальными; *в-четвертых*, государство должно пристальное внимание уделять семейной политике (к счастью, такой поворот мы уже наблюдаем); *в-пятых*, в образовательных учреждениях нельзя забывать за обучением о функции воспитания. Сегодня акцент делается на обучение, в то время как воспитание выпадает из поля зрения. Мы же полагаем, что важен синтез. Отечественная экономическая мысль этому учит, рассматривая человека как целостную личность, иерархически устроенную из духа, души и тела, в отличие от западного экономикса, озабоченного поиском эффективного распределения ресурсов для удовлетворения безграничных потребностей. Введенная А. Смитом научная абстракция «человека экономического» как эгоиста, рационалиста, независимого и информированного индивида, сегодня из экономической теории шагнула в реальность. Отсюда мода на успех, деньги, гламур, власть.

Так, в стенах нашего учебного заведения, нами было проведено исследование среди студентов первого курса заочного отделения, которые еще не изучали курс экономической теории и были не знакомы с темой «Поведение потребителей», и второго курса дневного отделения, уже познакомившегося с проблемой роскоши, демонстративного потребления

и гламура в ходе учебного процесса. В ходе исследования, проведенного с 1.11.10 по 30.11.10 совместно с аспиранткой Е.Ю. Мирошиной, было опрошено 30 студентов дневного отделения и 43 студента заочного отделения специальности «Финансы и кредит» Тульского филиала Российского государственного торгово-экономического университета. Студентам предлагалось ответить среди прочих на два вопроса: «Что такое гламур, по вашему мнению?»; «Как вы относитесь к гламуру?». Студенты-дневники дали более грамотное и всестороннее определение гламура, в то время как заочники опираются на ассоциации: с богатством (26 %), «то, с помощью чего можно выделиться из толпы» (30 %), с роскошью (7 %), с кодексом поведения (30 %) (рис. 2, 3).

Что такое гламур?

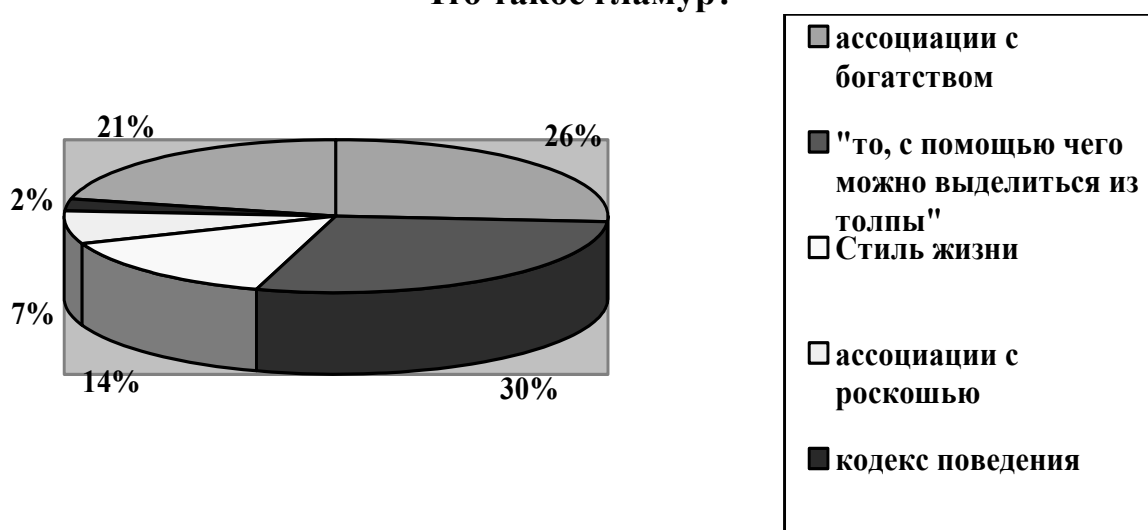


Рис. 2. Ответы заочников

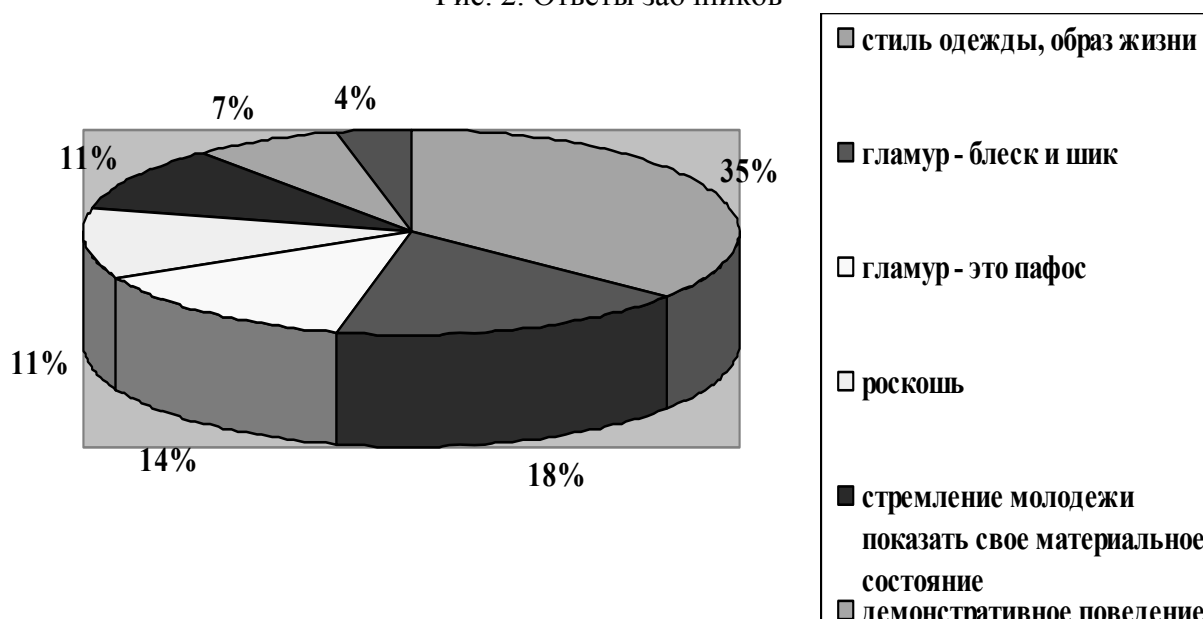


Рис. 3. Ответы очников

Гламур как стиль жизни определили 35 % дневников и 14 % заочников. Позитивное отношение к гламуру выразили 26 % заочников и 29 % очников, негативное – соответственно 43 и 39 %, нейтральное – 8 и 32 %, затруднились с ответом – 23 % заочников (рис. 4, 5).



Рис. 4, 5. Ответы заочников (слева), ответы очников (справа)

Только совместными усилиями государства, семьи, института образования молодежь может превратиться из загнипнотизированных пустышек в понимающих и думающих личностей.

Сегодня гламур проникает во все сферы человеческой деятельности: экономику, политику, быт. Склонность к украшательству, тем самым завышению ценности своей деятельности, к лакированию действительности исключают должный учет ее объективных свойств. «Стоит только из двойственности экономических явлений, процессов, взять одну только их сторону, а именно «хорошую», и отбросить вторую («плохую»), как мы сразу же получаем гламур, и не какой-нибудь, а экономический» [6]. Например, гламурными выглядят многие экономические показатели, которые неправильно рисуют состояние здоровья, образования, занятости населения, затушевывая жгучие проблемы. Лоск наводится на темпы роста ВВП, занижаются темпы инфляции. Гламурные теории, гламурная социально-экономическая политика, «гламурный человек»... Кому это надо?

ЛИТЕРАТУРА

1. Булгаков С.Н. Об экономическом идеале // С.Н. Булгаков. Труды по социологии и теологии. В 2 т. Т. 1. – М., 1999. С. 231–250.
2. Бутовский А.И. Опыт о народном богатстве или о началах политической экономии. В 3 т. Т. 3. СПб., 1896.
3. Даль В.И. Толковый словарь русского языка. Современная версия. – М., 2002.
4. Домострой / Сост. В.В. Колесов. – М.: Сов. Россия, 1990. – 304 с.

5. *Исаев А.А.* Начала политической экономии. – СПб., 1896.
6. *Макаров С.П.* Гламурная экономика // *Философия хозяйства*. – 2008. – № 4. – С. 202–205.
7. *Осипов Ю.М.* Гламур как искусство и порча // *Философия хозяйства*. – 2008. – № 4. – С. 201–202.
8. *Посошков И.Т.* Книга о скудности и богатстве. – М.: Наука, 2003. – 253 с.
9. *Ростовцева Л.И.* «Номо glamorous», или «Человек гламурный» в России // *Философия хозяйства*. – 2009. – № 6. – С. 264–281.
10. *Ростовцева Л.И.* Поведение потребителей и потребительская культура. – М.: Издательство Моск. ун-та, 2002. – 376 с.
11. *Ростовцева Л.И., Цицерман Ю.А.* К истории вопроса о демонстративном потреблении // *Истоки русской политической экономии. К 160-летию «Опыта о народном богатстве или о началах политической экономии» А.И. Бутовского: Материалы научной конференции / Под ред. Ю.М. Осипова, Л.И. Ростовцевой.* – М.; Тула: Тульский филиал РГТЭУ, 2008. – С. 62–64.
12. *Цицерман Ю.А.* Демонстративное потребление в современном обществе (институциональный анализ). Автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2007. – 24 с.
13. Свободная энциклопедия. [Электронный ресурс].
<<http://www.ru.wikipedia.org>>
14. Еженедельный общественно-политический журнал. [Электронный ресурс]. <<http://www.ogoniok.com/4988/6/>>
15. [Электронный ресурс]. <<http://www.Ksenia>>
16. Тульская областная дума. [Электронный ресурс].
<<http://www.tulaoblduma.ru>>
17. Мир без наркотиков. [Электронный ресурс]. <<http://www.withoutdrugs.ru>>
18. Наркологический реабилитационный центр. [Электронный ресурс].
<<http://www.drugexpert.ru>>
19. Рекламная газета Тулы «Азбука тульского потребителя». [Электронный ресурс]. <<http://www.azbuka-tula.ru>>

Калина Е.П.

Россия, Санкт-Петербург

Международный банковский институт

Павлова И.П., д.э.н., профессор – научный руководитель

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ И РЫНОК ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

ВВЕДЕНИЕ

Ипотечное кредитование в сфере рынка жилой недвижимости в нашей стране начинает занимать особую нишу. Главной целью системы ипотечного кредитования является, с одной стороны, формирование эффективно работающей системы обеспечения доступным жильем граждан страны, а с другой – стимулирование спроса и предложения на рынке недвижимости, обеспечение роста инвестиционных фондов страны.

Цель нашей работы – показать место и роль системы ипотечного кредитования в развитии рынка недвижимости. С одной стороны, ипотека позволяет привлечь значительную часть сбережений населения и средств инвесторов, а с другой – обеспечивает их целевое использование. Тем самым этот вид кредитования позволяет направлять средства на развитие важнейших отраслей народного хозяйства. Современный экономический кризис внес в механизм реализации ипотечного кредитования свои коррективы. Государственная экономическая политика, направленная на поддержание эффективного спроса, на жилье в сочетании с ипотечным кредитованием, позволит не только решить жилищную проблему в стране, но и обеспечить выход из кризиса и в целом стимулировать развитие экономики.

Цель работы определяет ее задачи:

- показать роль ипотечного кредитования, его особенности и преимущества по сравнению с другими видами кредитования;
- дать анализ состояния и проблем ипотечного кредитования и его роли в решении жилищных проблем;
- рассмотреть состояние и особенности рынка недвижимости.

Объект анализа – значение ипотечного кредитования в формировании инвестиционных ресурсов, обеспечивающих развитие экономики, и его роль в формировании спроса и предложения на рынке недвижимости.

Предмет анализа – состояние ипотечного кредитования и рынка недвижимости на современном этапе.

1. Особенности рынка недвижимости

Жилищное строительство – такая отрасль народного хозяйства, которая, сама развиваясь, дает возможность развиваться всем взаимосвязанным с ней отраслям. Но развитие этой отрасли связано с ограниченностью ресурсов граждан. На помощь в решении этой проблемы приходит ипотечный кредит.

Ипотека – это одна из форм залога, при которой закладываемое недвижимое имущество остается в собственности должника, а кредитор в случае невыполнения последним своего обязательства приобретает право получить удовлетворение за счет реализации данного имущества. Ипотечное кредитование дает возможность приобрести квартиру тем людям, у которых нет средств, чтобы выплатить ее стоимость сразу. Ипотека как форма кредитования интересна и для заемщика, и для кредитора при условии соблюдения обеими сторонами обязательств. Эта форма в настоящее время становится весьма важным фактором развития экономики.

При рассмотрении ипотеки как элемента экономической системы можно выделить три наиболее характерные ее черты.

1. Залог недвижимости выступает в роли инструмента привлечения необходимых финансовых ресурсов для развития производства.

2. Ипотека способна обеспечить реализацию имущественных прав на объекты, когда другие формы (например, купля-продажа) в данных конкретных условиях нецелесообразны или невозможны.

3. Создание с помощью ипотеки фиктивного капитала на базе ценной бумаги. При эмитировании собственником объекта недвижимости при помощи первичных, вторичных и т. д. заложных, оборотных средств, которыми располагает собственник, увеличиваются на величину образующегося фиктивного капитала.

Характер взаимоотношений кредитора и должника регулируется банковской системой и государством. Более того, развитие ипотеки теперь возведено в ранг важных государственных приоритетов. Произошли изменения и форм отчетности об ипотечной деятельности банков. Так, внесены изменения в Указание Банка России о формах отчетности кредитных организаций от 26 августа 2008 года, с 1 января 2009 г. введена норма об обязательном представлении в Банк России кредитными организациями отчетности по форме № 409316 «Сведения о жилищных кредитах». Опираясь на более подробные и качественные данные, представляемые кредитными организациями на постоянной основе, можно проводить анализ

состояния жилищного сектора. В настоящее время, благодаря новым формам отчетности, осуществляется оценка рынка, построение динамической модели, способной в будущем стать основанием для разработки прогнозов комплексного развития жилищного строительства и на этой базе – определения параметров и направлений развития российской экономики в целом.

Ипотека в российском законодательстве определяется как способ обеспечения обязательств, при котором кредитор-залогодержатель приобретает право в случае неисполнения должником обеспеченного ипотекой обязательства получить удовлетворение за счет заложенного недвижимого имущества преимущественно перед другими кредиторами. Удовлетворение прав кредитора по возврату долга может осуществляться как за счет средств, вырученных от продажи заложенной недвижимости на торгах (норма, принятая в законодательстве России и ряда других стран), так и на основе соблюдения принятых процедур по поводу передачи титула собственности кредитору (подход, используемый в США).

Ипотечное кредитование отражает состояние экономики в целом, а также особенности реагирования на происходящие события участников этого рынка с учетом реальной ситуации. Так, характеризуя состояние ипотечного рынка в 2009 г. можно выделить два этапа. На первом этапе – с начала года по август – преобладали пессимистические настроения, связанные с падением показателей, прежде всего с сокращением ликвидности не только по ипотеке, но банковской системы в целом. На втором – с сентября по конец года – наблюдалось оживление кредитной деятельности, что было обусловлено государственной поддержкой банковской сферы и особенно их кредитной деятельности.

В ослаблении российского ипотечного кредитования большую роль сыграло падение цен на нефть. В отличие от США, где кризис рынка недвижимости связан с необходимостью сокращения необеспеченных облигаций, на российском рынке недвижимости уменьшение предложения кредитов определялось абсолютным сокращением поступлений «сырьевых» нефтедолларов. По отношению к банковской деятельности – это внешняя причина. А в данной ситуации «внешняя причина» стала внутренней причиной кризиса банковской системы и ипотечного кредитования в частности. Банкам пришлось срочно погашать задолженность перед иностранными кредиторами за счет сокращения кредитной деятельности в стране, том числе и по ипотеке. В результате за 2009 г. уменьшилось число участников первичного рынка ипотечного жилищного кредитования на

5,5 % до 568 кредитных организаций. Но к началу 2010 г. количество участников увеличилось до 584 кредитных организаций. Здесь сказалась политика государства по поддержке ипотечного кредитования и банковской системы в целом. Именно страхование вкладов сначала до 400 тыс. руб., а затем до 700 тыс. руб. приостановило изъятие вкладов [5, с. 48].

Важную роль в жилищном кредитовании играет система рефинансирования кредитов. Рефинансирование является одним из способов, с помощью которого можно увеличить оборачиваемость капитала и диверсифицировать риски. Тенденция рефинансирования отражает состояние как национальной экономики, так и мировой. Экономический кризис оказал существенное влияние и на систему рефинансирования. Число кредитных организаций, привлекающих рефинансирование на вторичном рынке ипотечного кредитования, сократилось за 2008 г. на 12,5 % (с 233 до 204 единиц). За первую половину 2009 г. количество таких кредитных организаций уменьшилось до 139 единиц. Это нашло отражение и в сокращении объемов предоставляемых кредитов. Так, за 2008 г. рефинансируемые ипотечные жилищные кредиты сократились со 115,9 до 99 млрд руб. За 2009 г. сократились еще более – до 33,4 млрд руб. Но к началу 2010 г. ситуация начала выправляться, в этом нашло отражение более благоприятное состояние мировой экономики и проводимой политики государства в сфере ипотечного кредитования. В результате число кредитных организаций, использующих рефинансирование, увеличилось до 167 [5, с. 49].

Развитие мирового финансового кризиса во многом обусловлено кризисом ликвидности. Но и сам кризис, начавшись, внес существенные изменения в систему ипотечного кредитования. Это отразилось на текущем состоянии и перспективах ипотечного кредитования. Если рассмотреть негативное влияние кризиса на рынок ипотечного кредитования, то можно выделить несколько моментов.

Во-первых, это рост недоверия к заемщикам в связи с рисками и падением ликвидности обеспечения.

Во-вторых, нехватка краткосрочных и особенно долгосрочных финансовых активов. В результате этого произошло повышение ставок по ипотечным жилищным кредитам, что привело к сокращению спроса на жилье.

В-третьих, выросла задолженность по кредитам, что вызвало усложнение системы получения ипотечного кредита, повысились требования к его обеспечению.

Процентная ставка является одним из основных регуляторов доступности ипотечного кредитования. Она определяется такими факторами, как: стоимость ресурсов, накладные расходы кредиторов и надбавка за риск для компенсации их потенциальных потерь. Назначение процентной ставки – обеспечить доходность кредитору и компенсировать потери, связанные с рисками.

Существует два вида риска, связанных с ипотечным кредитом:

- кредитный риск – риск того, что заемщик не сможет справиться со своими долговыми обязательствами перед кредитором, причем последний не сможет компенсировать свои потери за счет залога (в данном случае квартиры).
- процентный риск – это риск возникновения ситуации, когда проценты, выплачиваемые заемщиком по своему кредиту, недостаточны для выплаты кредитором процентов вкладчикам по тем депозитам, за счет которых этот кредит финансируется.

Разброс процентных ставок по ипотечному кредитованию очень велик: от 9,5 до 30 %. С начала кризиса минимальная ставка по кредитам выросла на 3,5 %, максимальная (по рублевым кредитам) – на 15 %. Также можно отметить, что минимальный первоначальный взнос за приобретаемую недвижимость увеличился до 30 %. Со стороны банков это допустимый риск. Для заемщика это возможность более ответственно подойти к ипотечному кредиту и застраховаться от риска изменения стоимости квартиры [7].

Просроченная задолженность на 2010 г. составила 20,6 млрд руб., что превышает уровень начала 2008 г. более чем в 25 раз. Средневзвешенная ставка по рублевым ипотечным кредитам (по данным ЦБ) увеличилась с 12,6 % годовых в 2007 г. до 12,9 % в 2008 г., а по валютным не изменилась и составляла 10,9 % [8].

В настоящее время ипотечный кредит в рублях можно получить на 30 лет под 11,5 % годовых. Но при этом его фактическая стоимость для физического лица еще меньше, так как проценты по ипотечному кредиту подлежат налоговому вычету. За счет уменьшения величины выплачиваемых налогов гражданин получает кредит по ставке 87 % (ставка налога на доходы физических лиц – 13 %) от начисленных по кредиту процентов. То есть реальная ставка по ипотечному кредиту для физического лица составляет 10 %.

По сравнению с развитыми странами в России ипотечное кредитование пока не занимает достойного ему места. Существует несколько причин такого состояния:

- отсутствие денег у граждан, нуждающихся в жилье, на первоначальный взнос как гарантию получения кредита;
- страх некоторых граждан показать теневые доходы;
- высокие процентные ставки по кредитам, сложная процедура их получения;
- незавершенность законодательного обеспечения ипотечных механизмов, недостаточная разработанность правовых норм.

Кроме того, многие банки приостанавливали свою деятельность, чтобы уменьшить риски в условиях кризиса. Так, в 2009 г. многие банки отказывались выдавать ипотечные кредиты, а к началу 2010 г. некоторые из них возобновили кредитование. С учетом государственного вмешательства были улучшены программы кредитования в соответствии со сложившейся ситуацией на рынке. Во время кризиса кредитоспособность заемщиков снизилась, поэтому банки решили пойти навстречу и увеличить сроки отсрочки до 1 года, т. е. выплачивались только проценты, а уплаты по самой величине кредита приостанавливались. Был увеличен срок кредитования, а также был установлен льготный период кредитования, что обеспечило снижение процентов и, соответственно, общей суммы кредита.

Государством было разрешено семьям, которые заключили договоры ипотечного кредитования с 1 января 2009 г. по 31 декабря 2010 г. включительно, воспользоваться средствами материнского капитала независимо от срока, истекшего со дня рождения (усыновления) второго, третьего или последующих детей. Этими средствами можно было воспользоваться для погашения основного долга и уплаты процентов по кредитам или займам, в том числе и ипотечным. В 2010 г. запланировано оказать помощь в рамках национального проекта 30 % семей в приобретении жилья за счет собственных или заемных средств. Все эти меры направлены на повышение спроса на жилье, что будет способствовать восстановлению объемов жилищного строительства. Поскольку спрос на жилье и потребность в жилье (численность нуждающихся в жилье) не совпадают, последнее гораздо больше (табл. 1).

Данные табл. 1 иллюстрируют степень и динамику удовлетворения потребности семей в жилье. Начиная с 2005 г. и по 2009 г., наблюдается тенденция снижения доли семей, получивших жилье. Уменьшается и абсолютное число семей, получивших жилые помещения. Таким образом, проблема обеспеченности жильем стоит очень остро в нашей стране.

Предоставление жилых помещений [7]

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Число семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия за год (тыс.)	242	229	227	229	151	139	140	144	147
В процентах от числа семей, состоящих на учете в качестве нуждающихся	5	5	5	5	4	4	4	5	5
Число семей, получивших жилые помещения и улучшивших жилищные условия на конец года (тыс.)	4857	4428	4429	41180	3384	3118	2911	2864	2844
В процентах от числа семей, состоящих на учете в качестве нуждающихся	10	9	11	10	7	6	6	6	6

В этих условиях массовое жилищное строительство и совершенствование системы ипотечного кредитования создаст благоприятные условия для удовлетворения потребности в жилье и сформирует спрос с учетом реального состояния рынка недвижимости. В результате этого должна сформироваться модель с разными формами доступности жилья:

- коммерческий сектор – на платной основе по рыночным ценам или по частной ипотеке с рыночным процентом, или с использованием накопительных схем;
- государственный сектор – на платной основе, с беспроцентной рассрочкой на 8–20 лет по государственным ценам («государственная ипотека»);
- социальный сектор – на бесплатной или частично платной основе (включая взнос в виде старой квартиры) для очередников и определенных законодательством РФ групп населения (с использованием механизмов «социальной ипотеки»);

- сектор корпоративного (нового ведомственного) жилья – на платной основе по рыночным ценам в рассрочку по государственной ипотеке, для служебного использования. Заказчиками жилищного фонда будут выступать предприятия и организации всех форм собственности.

Ипотечное кредитование более активно развивается в регионах с высоким уровнем дохода населения. Стимулирование тем или иным способом массового спроса на жилье позволит не только решить жилищную проблему в стране, но и поднять экономику.

Таким образом, решение проблем ипотечного кредитования является важной составляющей выхода из кризиса, развития экономики, решения в комплексе социальных проблем.

2. Рынок жилой недвижимости

Важной социальной проблемой для нашей страны является обеспеченность населения жильем. В рыночной экономике жилая недвижимость – это не только жилье, но и сфера инвестирования. Поэтому рынок жилья можно характеризовать, с одной стороны, как сферу формирования объектов собственности, и с другой – как инвестиционный ресурс. А по сути этот рынок единый, если четко определены права собственности. Решение проблем с жилой недвижимостью связано с состоянием системы ипотечного кредитования и государственной поддержкой этого рынка.

В июле 2010 г. главой Правительства Российской Федерации В.В. Путиным была подписана стратегия развития ипотечного кредитования до 2030 г. Данная стратегия направлена на повышение доступности жилья.

Основная задача, которая стоит перед Россией в сфере ипотечного кредитования, – это формирование спроса со стороны государства на определенный тип жилищной застройки и стимулирование реструктуризации строительного бизнеса для создания тех типов жилья, которые будут востребованы основной массой платежеспособного населения.

Исследования уровня жизни россиян, проведенные всероссийским центром уровня жизни, показали, что в плохих жилищных условиях проживает 42 % населения (60 млн человек), а 80 млн желают их улучшить. Статистика показывает, что жилищный фонд России находится в очень плохом состоянии, так как примерно 62 % жилых домов построено свыше 30 лет назад. В малых регионах России около 50 % домов не имеют инженерного обеспечения. В половине российских регионов более 60 % водо-

проводных, канализационных, тепловых, электрических сетей и подстанций требуют замены. Это формирует спрос на жилье [1, с. 144].

При этом следует учесть, что рост спроса на жилье стимулирует и рост цен на жилье. За последние несколько лет цены на жилье существенно выросли. С одной стороны, рост цен делает менее доступным жилье для покупки. Но, с другой стороны, снижение цен может привести к кризису кредитной системы. Поэтому поддержание равновесия спроса и предложения на рынке жилой недвижимости является важной составляющей государственной политики в этой сфере: поддержка спроса должна учитывать интересы и кредитора, и застройщика.

На формирование спроса оказывает влияние ряд факторов, которые в свою очередь определяют и степень доступности жилья:

- стоимость жилья;
- стоимость ипотечного кредита;
- совокупный доход семей;
- размер страховых выплат;
- уровень платы за жилищно-коммунальные услуги.

Спрос зависит от платежеспособности граждан и стабильности цен на рынке недвижимости. С начала кризиса цены снижались, а к осени 2010 г. стабилизировались. Такая тенденция цен способствовала росту спроса на жилье со стороны тех покупателей, которые в предыдущий период из-за постоянного повышения цен не могли угнаться за растущими ценами.

Кроме того, на первичном и вторичном рынках жилья цены различаются. Цены выше на первичном рынке, чем на вторичном. В настоящее время снижаются цены и на первичном рынке под влиянием уровня цен вторичного рынка жилья.

Важной характеристикой состояния рынка жилья является степень доступности жилья. Для оценки степени доступности жилья может также использоваться комплексный подход, где учитывается следующее:

- 1) взаимосвязь доходов населения, цен на жилье и объемов задолженности по ипотечным кредитам;
- 2) объем вводимого жилья с учетом реальных доходов населения;
- 3) коэффициент доступности жилья;
- 4) показатель доли семей, имеющих возможность приобрести жилье с помощью собственных и заемных средств;
- 5) модифицированный коэффициент доступности жилья;

б) индекс возможности приобретения жилья с помощью ипотечного кредита.

В настоящее время реализуется проект «Доступное и комфортное жилье – гражданам России». Основным инструментом его реализации служит федеральная целевая программа «Жилище» на 2002–2010 гг., учитывающая и стимулирование развития ипотечного кредитования. Реализация этой программы осложнена экономическим кризисом. В обострение кризисной ситуации в нашей стране внес свой «вклад» и рынок недвижимости. Его негативное влияние проявилось по следующим направлениям:

- резкое снижение спроса населения на жилье и большое количество неуплат по ипотечным кредитам;

- выжидательная позиция покупателей и инвесторов вследствие потенциального падения цен на жилищном рынке;

- недоступность долгосрочного жилищного кредитования для населения из-за роста процентной ставки и ужесточения требований к заемщику;

- «замораживание» объектов строительства из-за нехватки средств;

- очереди социально незащищенных групп населения на жилье в течение 15–20-ти лет.

Наряду с проблемами обеспеченности и доступности жилья, есть еще одна проблема. В настоящее время внутри ранее сформировавшихся микрорайонов осуществляется застройка элитным жильем. Дорогое новое жилье превратилось в сектор недвижимости, доступный обеспеченным слоям населения. По своему объему он составляет примерно 18 %. В результате сформировалось два полюса: жилищные потребности населения растут, но растет и количество пустующих инвестиционных квартир. Такое положение усиливает дисбаланс на жилищном рынке.

В свою очередь, предоставление дешевых кредитов может привести к резкому росту цен на недвижимость в связи с тем, что недвижимость является не только продуктом потребления, но и объектом инвестирования. Жилая недвижимость имеет ряд черт, которых не имеет ни один другой товар, приобретаемый физическими лицами. А именно: чрезвычайно длительное пользование, жесткая привязанность к месту расположения, уникальность, непредсказуемость потребительских свойств объекта инвестирования и др. Перед физическим лицом встают две альтернативы:

- купить недвижимость, т. е. инвестировать в нее;

- инвестировать имеющиеся накопления в финансовые активы, а недвижимость арендовать.

При всем этом остается риск обесценивания приобретенного актива, потому что рынок недвижимости не может все время расти, и коррекция цен рано или поздно неизбежна.

Для ипотечных кредиторов рост цен на жилье выгоден, так как снижается уровень кредитного риска в связи с тем, что полученная в качестве залога недвижимость постоянно поднимается в цене. Поэтому соотношение величины уже выданного кредита и стоимости залога уменьшается со временем. Многие инвесторы вкладывают средства в квартиры, но при этом не собираются сдавать в аренду, потому что арендная плата растет с той же скоростью, что и инфляция, а значит, доход от аренды резко снижается. И при малейшем снижении цен на квартиры сами квартиры должны быть готовыми к продаже, т. е. быть свободными. В результате этого множество квартир стоят пустыми, что ухудшает обеспеченность населения жильем.

Увеличение спроса на недвижимость должно вызвать рост предложения, а именно – рост объемов строительства жилья. Но предложение жилья растет медленно из-за его низкой эластичности. Это связано с тем, что строительство жилья занимает много времени. На получение только всех разрешений для строительства уходит около двух лет и еще около года на строительство дома. Также число выделяемых площадок для строительства ограничено. Жилье должно быть обеспечено инженерной инфраструктурой: теплом, водой, канализацией, электричеством и т. д. Еще одной причиной является то, что строительство невозможно без привлечения финансовых ресурсов. Во всем мире это осуществляется за счет использования кредитных средств. В нашем законодательстве еще не все должным образом отработано.

Жилищный сектор, возникающий в районах застройки, также в определенной мере является производственным. После возведения домов к ним прокладываются дороги, создается коммунальная и социально-бытовая инфраструктура. В результате растет занятость населения и уровень доходов. Таким образом, развитие рынка жилой недвижимости является фактором формирования спроса и предложения, а также фактором стимулирования развития экономики в целом, а в настоящий момент и фактором выхода из кризиса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Особую значимость для решения социально-экономических проблем в области обеспечения населения страны жильем в нашей стране приобретает ипотечное кредитование. При этом ипотека как форма кредитования экономически выгодна и для заемщика, и для кредитора при условии соблюдения обеими сторонами обязательств. Экономический кризис внес определенные негативные коррективы в механизм и объемы реализации ипотечного кредитования, а следовательно и в сферу решения проблем обеспечения жильем граждан нашей страны.

В сфере жилищного сектора экономики России можно выделить следующие черты:

1) недостаточный уровень обеспеченности населения жильем при низком уровне благоустройства жилищного фонда и значительном износе коммунальной инфраструктуры;

2) недоступность улучшения жилищных условий для 80 % семей из-за низких доходов и высоких цен на жилье;

3) очень высокая стоимость жилья по сравнению со строительными издержками;

4) несоответствие предложения различных типов жилья реальному спросу населения;

5) ограниченность производства и использования новых строительных материалов, механизмов, недостаточная модернизация процесса производства и строительства, дефицит квалифицированных трудовых ресурсов в строительстве.

Но все эти проблемы решаемы. Состояние жилищной сферы является комплексным показателем уровня решения основных социально-экономических проблем, уровня благосостояния населения страны. Выполнение жилищной программы станет важным фактором развития экономики страны в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Белкин В., Стороженко В.* Жилищное строительство как фактор демографической динамики // Вопросы экономики. – 2009. – № 10. – С. 144–149.
2. *Бессонова О.Э.* Жилищная модель на современном этапе // ЭКО. – 2009. – № 7. – С. 58–70.
3. *Косарева Н., Туманов А.* Об оценке доступности жилья в России // Вопросы экономики. – 2007. – № 7. – С. 118–135.

4. *Логинов М.П., Логинова О.Н.* Российский ипотечный комплекс – стратегия развития // Деньги и кредит. – 2010. – № 3. – С. 44–48.
5. *Лукьянов А.В.* Анализ рынка ипотечного кредитования // Деньги и кредит. – 2008. – № 8. – С. 47–50.
6. *Мицу В.* О факторах динамики цен на жилую недвижимость // Вопросы экономики. – 2007. – № 2. – С. 111–121.
7. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. <<http://www.gks.ru/>>
8. Центральный банк Российской Федерации. [Электронный ресурс]. <<http://www.cbr.ru/>>

Ким А.В.

Россия, г. Кемерово

Кузбасский государственный технический университет

Пимонов А.Г., д.т.н., профессор – научный руководитель

ИНФОРМАЦИОННО-ВЫЧИСЛИТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ВЫРАБОТКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПОТРЕБЛЕНИЕМ КОКСОВОГО ГАЗА

ВВЕДЕНИЕ

Коксование возникло в XVIII в., когда истребление лесов для получения древесного угля, использовавшегося при выплавке железа, стало угрожающим и потребовалось заменить этот уголь другим топливом. Химические продукты, получающиеся при коксовании угля, имеют большое народнохозяйственное значение. Несмотря на быстрые темпы развития нефтехимической промышленности, коксохимия остается одним из основных поставщиков [1] сырья для производства пластических масс, химических волокон, красителей и других синтетических материалов. Это обуславливается крупными масштабами коксохимического производства.

Главнейшим из кузбасских богатств является каменный уголь. Геологи оценивают запасы угля в Кузбассе в 375 миллиардов тонн. За всю историю освоения края добыто примерно 5 миллиардов. Половина всех запасов – коксующиеся угли. В наше время 10 % добываемого в мире каменного угля превращают в кокс. Доля коксохимических продуктов в сырьевой базе промышленности основного органического синтеза со-

ставляет около 50 % [1], а таких важных продуктов, как бензол, достигает 80 %, нафталин и крезолы – 100 %. Ассортимент химических продуктов, выделяемых из каменноугольной смолы, сырого бензола и коксового газа насчитывает 134 наименования и более 240 сортов.

Коксование проводят в камерах коксовой печи, обогреваемых снаружи горящим газом. При повышении температуры в каменном угле происходят разнообразные процессы. При 2500 °С из него испаряется влага, выделяются СО и СО₂; при 3500 °С уголь размягчается, переходит в тестообразное, пластическое состояние, из него выделяются углеводороды-газообразные и низкокипящие, а также азотистые и фосфористые соединения. Тяжелые углистые остатки спекаются при 5000 °С, давая полукокс. При 7000 °С и выше полукокс теряет остаточные летучие вещества, главным образом водород, и превращается в кокс. Из 1 т каменного угля получают примерно 800 кг кокса, 150 кг газа и 50 кг прочих продуктов. Собранный газ хорошо горит, его называют коксовым газом. Коксовый газ, используемый для обогрева коксовых печей, является сильным отравляющим веществом [1]. Составляющими коксового газа являются оксид углерода, аммиак, бензол, сероводород, цианистый водород, фенол, нафталин. Эти опасные вещества содержатся в окружающем коксовые печи воздухе, и их концентрация не должна превышать предельно допустимой концентрации (ПДК).

Сегодня черная металлургия и особенно ее подотрасль – коксохимическое производство – являются сильнейшим источником загрязнения окружающей среды, поэтому в последние годы защита окружающей среды стала едва ли не основной проблемой в коксохимическом производстве. В регионах, где расположено коксохимическое производство, постоянно сохраняется экологическая напряженность, причем она подвержена сезонным колебаниям, резко ухудшаясь в летние месяцы года. Объясняется это тем, что в летние месяцы расход коксового газа на собственные нужды коксохимического производства значительно сокращается, поэтому высвободившиеся его ресурсы просто сжигаются на «свечах» или выбрасываются без дожигания в атмосферу.

ОАО «Кокс» вырабатывает порядка 1,2 миллиарда кубометров коксового газа в год, используя на собственные нужды 65 % из этого объема. Газ является энергетическим сырьем, т. к. имеет теплотворную способность 4000 ккал/м³ [2] и его можно использовать в качестве топлива в энергетических агрегатах для получения тепловой и электрической энергии. Примерно 25 % – более 300 миллионов кубометров – в год использу-

ет Кемеровская ГРЭС в качестве топлива для производства электроэнергии. Для себя коксовый газ также решило использовать объединение «Химпром». Построена эстакада между «Химпромом» и «Коксом», смонтированы трубопровод для транспортировки газа, один из двух коксовых котлов и котельное оборудование. Оставшаяся часть газа бесполезно сжигается на «трубе-факеле» «Кокса», который видят кемеровчане и гости города. При сжигании коксового газа в различных агрегатах с выбросом продуктов в атмосферу последняя загрязняется серосодержащими компонентами. И хотя по технологии совсем «погасить» факел не представляется возможным, рассматривается ряд проектов, реализация которых позволит максимально сократить объем бесполезно сжигаемого газа. Проблема утилизации стоит достаточно остро в регионах коксохимической промышленности. Для уменьшения ее негативного влияния необходимо помимо технологий повторного производства вести качественный полноценный учет коксового газа с помощью современных автоматизированных систем для его оптимального использования и минимизации выбросов в окружающую среду.

Учитывая все это, была сформулирована цель научного исследования – разработка информационно-вычислительной системы для контроля выработки и управления потреблением коксового газа.

В соответствии с целью поставлены следующие задачи:

- 1) выполнить обзор и анализ автоматизированных систем управления технологическими процессами на коксохимических предприятиях;
- 2) провести анализ существующей системы учета выработки и потребления коксового газа на ОАО «КОКС»;
- 3) разработать информационно-вычислительную систему контроля потребления коксового газа на ОАО «КОКС» для автоматизации процессов контроля выработки и управления потреблением коксового газа и составления аналитических отчетов.

1. Информационно-вычислительная система для контроля выработки и управления потреблением коксового газа

1.1. Требования к системе

Заказчиком был сформулирован набор требований к системе по следующим критериям: эргономика, техническая реализация, общие требова-

ния. Техническое задание на разработку и сама разработка основывались на сформулированных требованиях.

1.1.1. Эргономика

При разработке должны учитываться следующие требования к эргономике и технической эстетике:

- однозначность понимания пользователем пунктов меню;
- наличие контекстной помощи;
- оптимальный подбор цветовой гаммы, обеспечивающий четкость восприятия символов на экране наряду с минимальным утомлением зрения;
- сопровождение ошибочных действий информированием на экране и подсказкой о дальнейших действиях.

1.1.2. Техническая реализация

При разработке должны учитываться следующие требования к технической реализации:

- реализация в архитектурном построении «клиент-сервер»;
- создание единой информационной базы в рамках цеха метрологии;
- использование реляционной модели представления данных;
- функционирование приложения в операционных системах семейства Microsoft Windows.

1.1.3. Общие требования к системе

Учет выработки (поставки) и потребления коксового газа необходимо осуществлять для соблюдения технологических регламентов, определения себестоимости продукции, выпускаемой ОАО «Кокс», для расчета с потребителями. Учет осуществляется ежедневно. Производится суммирование от начала месяца (например, при расчете за 5 число текущего месяца необходимы данные за этот день и сумма за 5 дней). Цикл завершается последним днем текущего месяца, а сумма – месячные данные по потреблению или выработке. Исходными данными для учета выработки (поставки) и потребления коксового газа являются показания средств измерения (СИ). Каждое СИ имеет свои расчетные данные, которые участвуют в расчетах. СИ делятся на:

- пишущие – результат измерения отображается на бумажных носителях (диаграммах);

- показывающие – результат измерения показывается на дисплее прибора, компьютера.

Диаграммы делятся на дисковые и ленточные. В результате планиметрирования (обработки диаграмм специальным прибором – планиметром) дисковых диаграмм получаем планиметрическое число – среднесуточный процент от расчетного максимума шкалы данного СИ. В результате планиметрирования ленточных диаграмм формируется планиметрическое число – это площадь (см^2), ограниченная соответствующими кривыми линиями.

Результат измерения показывающих СИ может быть среднесуточным или суточным.

Поставщиками коксового газа являются коксовые батареи № 3, 4, 5, 6. Коксовый газ, вырабатываемый коксовыми батареями, пройдя конденсационную и улавливающую аппаратуру химцехов, поступает к потребителям на сжигание.

Потребителями коксового газа являются: 1) Кемеровская ГРЭС; 2) ООО ПО «Химпром»; 3) коксовые батареи № 3, 4, 5, 6; 4) котлы парокотельной № 3 (Котлы ДКВР, ДЕ № 2, 3, 4); 5) гараж размораживания УПЦ; 6) узлы сжигания КФС; 7) на регенерацию масла; 8) РМЦ; 9) остатки газа сжигаются на газосбросных устройствах (ГСУ № 1, ГСУ № 2).

Необходима возможность добавления, редактирования и удаления потребителей коксового газа.

1.1.4. Входные данные

Входные данные для этой программы разнообразны и зависят от многих факторов.

1. Справочные данные из технических справочников. Вводятся пользователем.

2. Справочные данные на СИ. Каждый расходомерный узел характеризуется следующими параметрами:

- a) T_{max} – максимальная температура ИС рабочая по СИ, °С;
- b) P_{max} – максимальное давление избыточное ИС рабочее по СИ, кгс/см^2 ;
- c) t – температура измеряемой среды расчетная, °С;
- d) $P_{\text{изб}}$ – давление избыточное измеряемой среды расчетное, кгс/см^2 ;
- e) ΔP – перепад давления на СУ расчетный, Па, кПа, МПа;
- f) ρ – плотность измеряемой среды, кг/м^3 ;

- g) d_{20} – диаметр отверстия СУ, мм;
h) Q_{max} – максимальный расход измеряемой среды по шкале СИ, т/ч, м³/ч, тыс/м³/ч.

Необходима возможность корректировки наименований параметров, числовых величин, единиц измерения и типов диаграмм, также необходима возможность расчета поправочного коэффициента.

3. Ежедневные входные данные. Утром (до 8:15) производятся следующие расчеты. Вводятся данные:

- a) дата (ДД.ММ.ГГ);
b) барометрическое (атмосферное) давление, $P_{бар}$ мм. рт. ст. – показания показывающего прибора – барометра-анемометра;
c) удельный вес коксового газа, ρ_n , кг/м³ – данные ЦЗЛ (информацию получаем по телефону). Можно брать из БД;
d) калорийность коксового газа, $Kал$, ккал/нм³ – данные ЦЗЛ (информацию получаем по телефону). Можно брать из БД.

Следующие данные получаем путем планиметрирования диаграмм или получаем информацию с показывающих СИ:

- e) объемы подачи коксового газа
- на ГРЭС (размер цифрового поля физических величин определяется из справочников на каждое СИ):
 - температура коксового газа – показания планиметра или в зависимости от вида диаграммы, или в °С;
 - давление коксового газа – показания планиметра или в зависимости от вида диаграммы, или кгс/см²;
 - Расход коксового газа – показания планиметра или в зависимости от вида диаграммы, или тыс/м³;
 - на ХП (расход коксового газа – показания планиметра в зависимости от вида диаграммы, тыс/м³);
 - на ГСУ-1 (до 10–00 часов получаем диаграммы и информацию с показывающих СИ);
 - на обогрев батареи № 3, 4, 5, 6;
 - на котел ДКВР;
 - на котел ДЕ № 2, 3, 4;
 - на гараж размораживания углей;
 - на абсорбер № 1, 2 (КФС) ;
 - на РМЦ;
 - на регенерацию масел;
 - на ГСУ-2 (расход газа на выходе из абсорбера);

- f) количество шихты, загруженной в батарею, на коксование передает экономист ЭУ по телефону:
- количество шихты на коксование, загруженной в батарею № 3, 4, 5, 6;
 - общее количество шихты на коксование, загруженной во все батареи;
 - необходима возможность корректировки количества позиций в связи с возможным изменением количества коксовых батарей.

1.1.5. Состав выполняемых функций и алгоритм расчета

Расчет выработки и потребления ИС сводится к переводу процентов или см² (планиметрического числа) в единицы физических величин (ЕФВ) (м³/сутки, тыс. м³/сутки, т/сутки).

Далее переводим показания планиметра по температуре, давлению и расходу в ЕФВ по формулам (табл. 1). Получаем рабочую температуру ИС (t_d) в °С, рабочее избыточное давление ИС ($P_{ид}$) кгс/см², расход коксового газа (Q_d) тыс. м³/сутки в рабочих условиях.

При необходимости ввода переводного коэффициента получения объемного расхода газа, приведенного к нормальным условиям, следует рассчитать:

- а) расход коксового газа при нормальных условиях:

$$Q_{ny} = Q_d \cdot K, \quad (1)$$

где Q_d – объемный расход коксового газа действительный (табл. 1); K – поправочный коэффициент;

$$K = \frac{(100 - F)}{100} \cdot \frac{(P_a - T_H)}{P_a \cdot T}, \quad (2)$$

где F – влажность газа в объемных процентах, для коксового газа равен 10 %; P_a – абсолютное давление, кгс/см²; T_H – нормальная температура газа, $T_H = 293,15$ К; P_H – нормальное давление, $P_H = 1,033$ кгс/см²; T – температура газа в газоходе, К;

- б) абсолютное давление газа, кгс/см²:

$$P_a = P_{бар} \cdot 1,3595 \cdot 10^{-3} + P_{ид}, \quad (3)$$

где $P_{бар}$ – барометрическое давление; $P_{ид}$ – избыточное давление;

- с) температура коксового газа:

$$T = t_d + 273,15, \quad (4)$$

где t_d – температура газа действительная, °С (табл. 1).

Формулы перевода показаний планиметра в физические величины

Наименование диаграмм	Единица измерения результатов планиметрирования	Формула перевода для измерения температуры, тд, °С	Формула перевода для измерения избыточного давления, Ри.д, кгс/см ²	Формула перевода для измерения расхода, Qд, (м ³ , тыс.м ³)/сутки
Дисковая	проценты	$T_{max} \cdot A / 100$	$P_{max} \cdot A / 100$	$Q_{max} \cdot A \cdot 24 / 100$
Ленточная	см ²	$T_{max} \cdot A / 480$	$P_{max} \cdot A / 480$	$Q_{max} \cdot A \cdot 24 / 480$
Показывающее СИ	°С	–	кгс/см ²	(м ³ , тыс.м ³)/сутки (м ³ , тыс.м ³ /час)·24
СИ других методов измерения (ультразвук)	°С	–	кгс/см ²	(м ³ , тыс.м ³)/сутки (м ³ , тыс.м ³ /час)·24

Полученный объемный расход Q_{ny} или Q_{∂} , если не нужна поправка, приводится к 4000 калорийности:

$$Q_{ny4000} \text{ (или } Q_{\partial4000}) = \frac{Q_{ny} \cdot 4000}{Kал}, \quad (5)$$

где Q_{ny} – объемный расход газа при нормальных условиях; Q_{∂} – объемный расход газа при рабочих условиях (табл. 1); $Kал$ – калорийность коксового газа.

Следующий шаг – подсчитывается сумма ИС за сутки как фактической калорийности S_1 , так и приведенной к 4000 S_2 :

$$S_1 = \sum_{i=1}^n Q_{ny}(Q_{\partial}), \quad (6)$$

$$S_2 = \sum_{i=1}^n Q_{ny4000}(Q_{\partial4000}), \quad (7)$$

где n – количество потребителей коксового газа.

Подсчитываем расход: коксовый газ действительный и приведенный к 4000 на ГСУ-2:

$$Q_{\partial} = (q_1 \cdot 24 \cdot 0,9) - S_1, \quad (8)$$

$$Q_{\partial 4000} = \left[\left(\frac{q^1 \cdot 4000}{\text{Кал}} \right) \cdot 24 \cdot 0,9 \right] - S_2 . \quad (9)$$

Подсчитываем сумму ИС за сутки как фактической калорийности S_{l+l} , так и приведенной к 4000 S_{2+l} :

$$S_{1+1} = S_1 + Q_{\partial} , \quad (10)$$

$$S_{2+1} = S_2 + Q_{\partial 4000} . \quad (11)$$

Подсчитываем сумму от начала месяца $Q_{\text{нy}}$ (или Q_{∂}) и $Q_{\text{нy}4000}$ (или $Q_{\partial 4000}$):

$$S_{H1} = \sum_{i=1}^n Q_{\text{нy}}(Q_{\partial}) , \quad (12)$$

$$S_{H2} = \sum_{i=1}^n Q_{\text{нy}4000}(Q_{\partial 4000}) , \quad (13)$$

где n – количество дней текущего месяца от 1 числа.

Далее рассчитывается среднечасовая выработка:

$$S_{\text{cp } 1} = \frac{S_{\text{н}1}}{24} , \quad (14)$$

$$S_{\text{cp } 2} = \frac{S_{\text{н}2}}{24} . \quad (15)$$

Затем рассчитывается среднечасовая подача газа на ГРЭС, на ХП:

$$S_{3,4} = \frac{Q_{\text{нy}}}{24} , \quad (16)$$

выход коксового газа на одну тонну шихты:

$$S_5 = \frac{S_1}{W} ; \quad (17)$$

фактической калорийности:

$$S_6 = \frac{S_2}{W} , \quad (18)$$

приведенный к 4000 калорийности.

Дальше рассчитывается удельный расход тепла на коксование по батареям за сутки и средний по всем батареям:

$$Y_{3,4,5,6} = \frac{Q_{\text{нy}} \cdot 4000}{W_{3,4,5,6}} , \quad (19)$$

$$Y_{cp} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{ny.4000}}{W} \cdot 4000, \quad (20)$$

где Q_{ny4000} , Q_{d4000} – объемный расход коксового газа, приведенный к 4000 калорийности, на отопление батарей № 3, 4, 5, 6; n – количество батарей; $W_{3,4,5,6}$ – количество шихты, загруженной в соответствующую батарею; W – количество шихты, загруженной во все батареи.

Следующим шагом подсчитывается количество шихты, загруженной в батарею, по батареям и общее от начала месяца:

$$W_{m3,4,5,6} = \sum_{i=1}^n (W_{3,4,5,6}), \quad (21)$$

$$W_m = \sum_{i=1}^n W, \quad (22)$$

где n – количество дней с 1 числа текущего месяца; $W_{3,4,5,6}$ – количество шихты, загруженной в соответствующую батарею; W – количество шихты, загруженной во все батареи.

Подсчитываем среднемесячную калорийность коксового газа:

$$Kал.ср. = \frac{\sum_{i=1}^n Kал}{n}, \quad (23)$$

где n – количество дней с 1 числа текущего месяца; $Kал.$ – калорийность коксового газа за сутки.

1.2. Среда и средства разработки

При разработке информационной системы были использованы среда разработки приложений Oracle Developer Suite 6i и система управления базами данных (СУБД) Oracle Database 10g, что являлось требованием заказчика – ОАО «КОКС». Разработка велась с учетом наличия на предприятии ряда внутренних стандартов, регламентирующих процессы проектирования и разработки.

Среди основных преимуществ [16] использованной среды разработки Oracle Developer можно выделить следующие:

- Oracle Forms Developer является мощным средством для быстрой разработки приложений, которые основаны на информации, хранящейся в БД или других источниках;
- среда содержит исчерпывающий набор инструментов для создания полнофункционального прикладного программного обеспечения, состоящего из форм, отчетов и различной графической информации;

- основные операции взаимодействия с БД уже автоматизированы, что избавляет от написания большого количества кода;
- Oracle Forms оптимизирован так, что имеются и используются множество свойств сервера Oracle;
- созданное приложение в Oracle Forms на платформе Windows может работать на таких платформах, как Linux, Mac Os, AIX и многих др.;
- приложения, созданные в Oracle Forms Developer, могут быть развернуты на любом уровне предприятия, можно создавать решения для малого и крупного бизнеса, поддерживающие от одного до сотни одновременно работающих пользователей;
- простой распространенный базовый язык программирования и, как следствие, упрощение сопровождения и доработки продукта.

Выбор СУБД представляет собой сложную многопараметрическую задачу и является одним из важных этапов при разработке приложений баз данных. Выбранный программный продукт должен удовлетворять как текущим, так и будущим потребностям предприятия, при этом следует учитывать финансовые затраты на приобретение необходимого оборудования, разработку необходимого программного обеспечения, а также обучение персонала. Для разработки была выбрана СУБД Oracle Database 10g.

На протяжении многих лет продукты семейства Oracle Fusion Middleware характеризуются простотой эксплуатации, мощностью и выгодным соотношением цены и производительности для приложений любого масштаба, отдельных подразделений или приложений, работающих в среде Интернет. Работая в различных средах, начиная от односерверных конфигураций для малого бизнеса и заканчивая распределенными средами крупных филиалов, Oracle Database 10g обладает всеми функциональными возможностями для обеспечения работы критических для бизнеса приложений.

Выбор в качестве сервера СУБД Oracle Database 10g был обусловлен рядом причин. *Во-первых*, соответствие аппаратных характеристик серверов для развертывания предъявляемым требованиям. *Во-вторых*, доступность данной СУБД. Oracle Database 10g позволяет решать подавляющее большинство задач, связанных с хранением и обработкой данных. Среди всех его достоинств следует выделить следующие: простые и удобные средства администрирования; поддержка всех данных, всех приложений; достаточно низкие системные требования; эффективность и высокое быстродействие; возможность распараллеливания запроса; приложения, созданные на платформе Windows, также могут работать на многих других

платформах; высокая надежность и отказоустойчивость; возможность расширения базы данных; наличие целого спектра средств защиты данных, которые позволяют обслуживать локальную и удаленную копию основной системы; сравнительно невысокая стоимость.

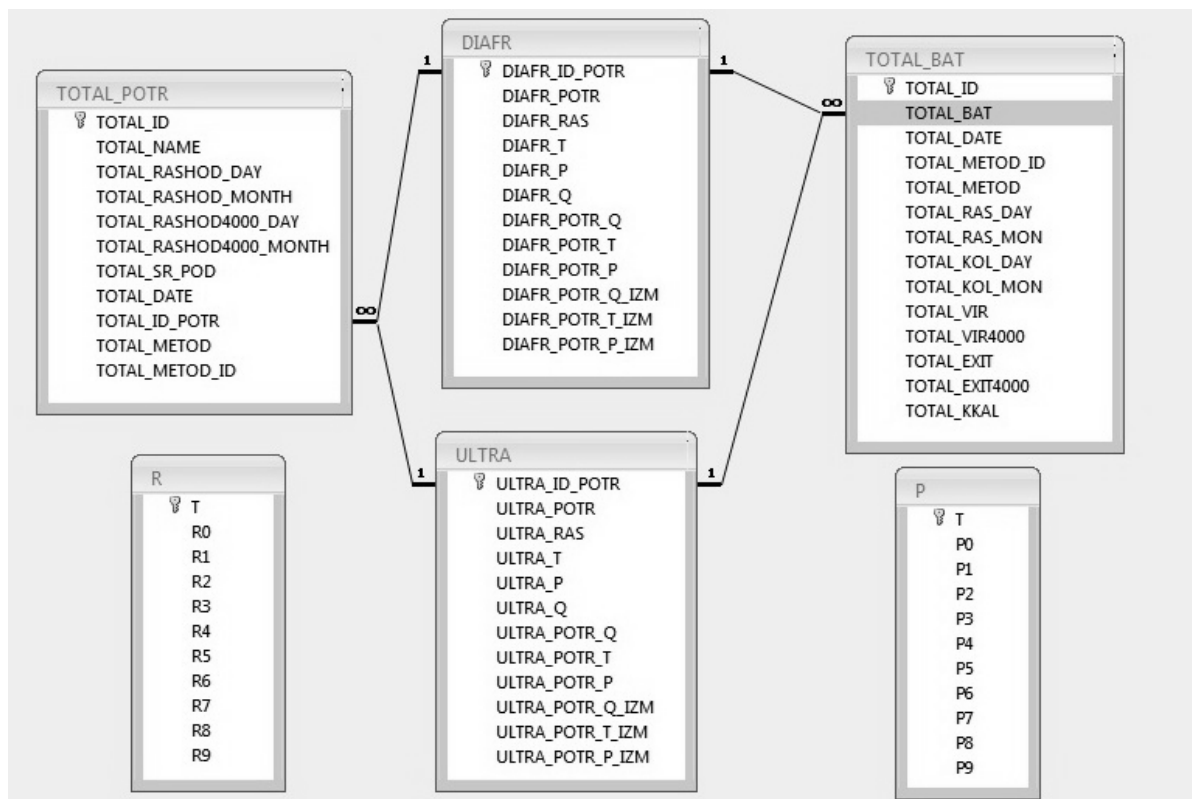


Рис. 1. Структура базы данных

Учитывая вышеперечисленные достоинства, СУБД. Oracle Database была выбрана как оптимальное решение для использования в корпоративной среде ОАО «КОКС» в качестве стандарта использования СУБД.

1.3. Структура базы данных

Предметной областью разрабатываемой информационно-вычислительной системы является отслеживание операций, связанных с контролем потребления коксового газа. Для представления предметной области была построена ее модель в составе следующих сущностей:

- а) данные по коксовому газу, используемому потребителями и батареями: динамические характеристики (ежедневный расход): удельный вес, калорийность, расход, температура и др.);
- б) итоги по потребителям и батареям: расход в день, расход в месяц, средний расход.

Для функционирования информационной системы необходимо использование единой базы данных в рамках всего метрологического цеха ОАО «КОКС».

Для хранения информации выбрана реляционная структура базы данных (БД). Структура БД (рис. 1), состоящая из 6 таблиц, представляет собой совокупность связанных между собой отношений.

1.4. Интерфейс и основные возможности системы

Пользовательский интерфейс разработан с учетом корпоративных стандартов, описывающих требования к пользовательскому интерфейсу приложений, максимально удобен для занесения и просмотра поступающей информации. Интерфейс состоит из трех вкладок:

- ввод данных;
- итоги потребители;
- итоги батареи.

На вкладке «ввод данных» (рис. 2) вводятся данные, необходимые для расчета потребления коксового газа по всем потребителям и батареям.

Oracle Forms Runtime - [Расчет коксового газа]

Действие Редактир. Запрос Блок Запись Поле Окно Справка

Ввод данных | Итоги потребители | Итоги батареи

Данные потребителей для расчета методом диафрагмы:

Потребитель	E	Max T гр.С	Max P кгс/см2	Max Q тыс. м3	T	P	Q
3 батарея	998	60	03	12796	35	45	576
4 батарея	996	60	03	11636	35	45	308
ГСУ №1	997	50	16	47500	20	40	705,2
5 батарея	998	60	03	12796	35	40	576
6 батарея	996	60	03	12796	35	40	576
ГСУ №2	995	50	004	11538	28	45	458
Котел ДКВР	984	45	07	12325	36	50	538
ГРУ №1	976	40	05	10546	26	35	679
ГРУ №2	976	45	05	10768	30	40	548
РМЦ	999	50	08	12698	30	45	650

Данные потребителей для расчета методом ультразвука:

Потребитель	F	Max T гр. С	Max P кгс/см2	Max Q тыс. м3	T	P	Q
ГРЭС	2,16	90	16	100	30,5	40,6	831,4
Химпром	2,16	100	16	10	29,5	40,6	121,3
Узел №1	1,15	100	05	150	36	45	357
Узел №2	2,19	70	08	100	36,5	40	476,5
УДСВ	995	85	15	80	40,5	50	478,3
Котел ДЕ-2	9948	76	98	55	34,5	30	342,1
Котел ДЕ-3	9948	65	78	45	43,6	25	549,1
Котел ДЕ-4	9948	35	65	35	53,4	40	678,1
Рен. масла	993	30	15	50	67,3	50	675,2

Расчет расхода коксового газа

Дата: 01.04.2010

Удельный вес: 0,434

Калорийность: 1200

3 батареи: 451,5

4 батареи: 562,1

5 батареи: 689,1

6 батареи: 329,5

Давление барометрическое: 760

Экспортировать результаты в MS Excel

Расчитать

Рис. 2. Вкладка ввода данных

После ввода необходимых данных (рис. 3) в поля диалога нажатием кнопки «Расчитать» производится запись введенной информации в базу данных и осуществляется расчет по всем содержащимся в базе потребителям.

Расчет расхода коксового газа

Дата:	01.04.2010
Удельный вес:	0,434
Калорийность:	1200
3 батарея:	451,5
4 батарея:	562,1
5 батарея:	689,1
6 батарея:	329,5
Давление барометрическое:	760

Экспортировать результаты в MS Excel

Рис. 3. Диалоговое окно ввода данных

После ввода данных по всем потребителям коксового газа можно увидеть итоги по объемам потребленного газа в различные промежутки времени. Реализована возможность фильтрации (рис. 4) всех записей по выбранному временному промежутку.

Показать записи с: по:

Рис. 4. Фильтр записей в заданном временном диапазоне

Аналогичным образом реализована возможность просмотра итогов (рис. 5) по батареям ОАО «КОКС», на которых используется коксовый газ. После ввода данных по всем потребителям коксового газа можно увидеть итоги по объемам потребленного газа в различные промежутки времени. Также реализована возможность фильтрации записей по выбранному временному промежутку.

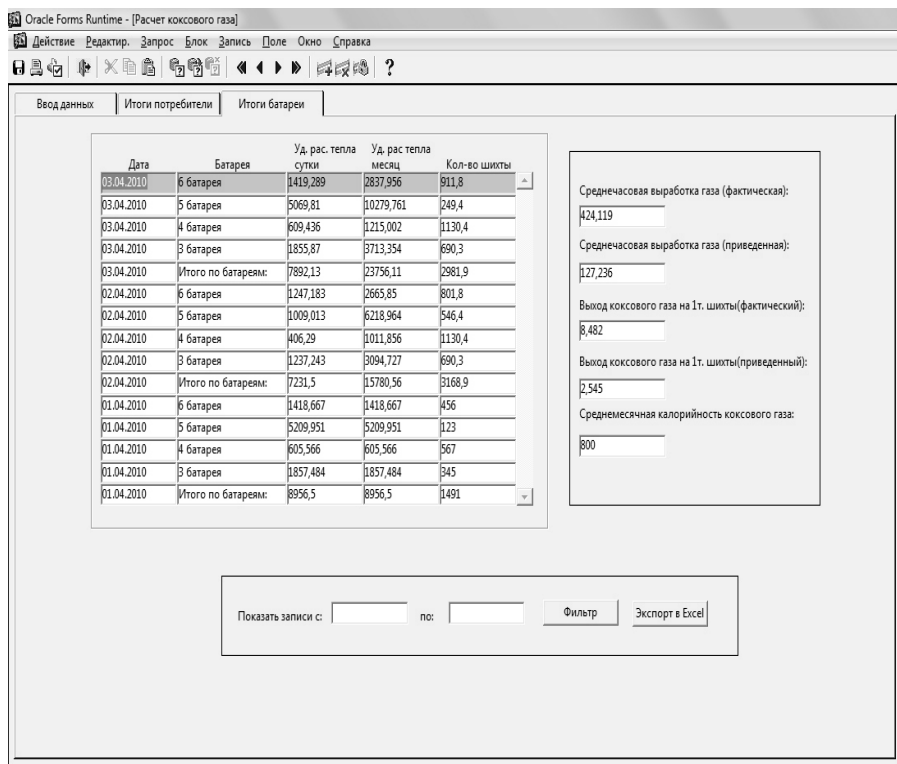


Рис. 5. Итоги по батареям

Разработанная информационно-вычислительная система позволяет выгружать итоги (рис. 6) по потребителям и батареям в Excel. Для этого на соответствующей вкладке необходимо нажать кнопку «Экспорт в Excel».

Microsoft Excel - Книга1

Файл Правка Вид Вставка Формат Сервис Данные Окно Справка

1	Дата	Потребитель	Расх сутки	Расх в мес	Расх сутки(прив)	Расх в мес (прив)	Ср расх
2	01-АПР-10	ГРУ №1	700,421	700,421	210,126	210,126	8,755
3	01-АПР-10	ГРУ №2	506,656	506,656	151,997	151,997	6,333
4	01-АПР-10	РМЦ	647,156	647,156	194,147	194,147	8,089
5	01-АПР-10	Химпром	124,621	124,621	37,386	37,386	1,558
6	01-АПР-10	Узел №2	463,975	463,975	139,193	139,193	5,8
7	01-АПР-10	Узел №1	348,742	348,742	104,623	104,623	4,359
8	01-АПР-10	УДСВ	484,193	484,193	145,258	145,258	6,052
9	01-АПР-10	Рен. масла	629,726	629,726	188,918	188,918	7,872
10	01-АПР-10	Котел ДЕ-4	769,405	769,405	230,822	230,822	9,618
11	01-АПР-10	Котел ДЕ-3	610,028	610,028	183,008	183,008	7,625
12	01-АПР-10	Котел ДЕ-2	422,841	422,841	126,852	126,852	5,286
13	01-АПР-10	ГРЭС	851,348	851,348	255,404	255,404	10,642
14	01-АПР-10	Итого по заводу:	10176,056	10176,056	3052,818	3052,818	127,2
15	01-АПР-10	3 батарея	533,635	533,635	160,091	160,091	6,67
16	01-АПР-10	4 батарея	285,919	285,919	85,776	85,776	3,574
17	01-АПР-10	ГСУ №1	723,865	723,865	217,16	217,16	9,048
18	01-АПР-10	5 батарея	533,628	533,628	160,088	160,088	6,67
19	01-АПР-10	6 батарея	538,718	538,718	161,615	161,615	6,734
20	01-АПР-10	ГСУ №2	459,037	459,037	137,711	137,711	5,738
21	01-АПР-10	Котел ДКВР	542,142	542,142	162,643	162,643	6,777
22	Батарея	Уд. рас. тепла	Уд. рас. тепла(мес)	Кол-во загр. шихты			
23	3 батарея	1418,303	1418,303	451,5			
24	4 батарея	610,397	610,397	562,1			
25	5 батарея	929,258	929,258	689,1			
26	6 батарея	1961,942	1961,942	329,5			
27	Итого по батареям:	0	0	2032,2			
28							
29	Срчас. выр. к/газа	424,002					
30	Срчас. выр. к/газа(прив)	127,201					
31	Вых к/газа на 1т шихты	8,48					
32	Вых к/газа на 1т шихты(прив)	2,544					
33	Кал-ть. к/газа	1200					
34	Попр. коэфф. (дифар)	996					
35	Попр. коэфф. (ультр)	1,024					

Лист1 / Лист2 / Лист3

Рис. 6. Результат выгруженных итогов в MS Excel

1.5. Перспективы использования информационно-вычислительной системы

Тестирование информационной системы проводилось разработчиками и сотрудниками отдела АСУ и цехом метрологии ОАО «КОКС» на реальных данных в несколько этапов до достижения стабильной работоспособности системы с хорошими временными и качественными характеристиками. По оценкам разработчиков и заказчика, новая система контроля потребления на практике оказалась удобной и была принята для опытной эксплуатации в ОАО «КОКС».

В настоящее время информационная система при корректной настройке представляет собой надежный продукт и может с успехом использоваться для контроля за потреблением коксового газа, его потребителями, а также на предприятиях коксохимической промышленности в других регионах.

Внедрение информационной системы потребителями коксового газа позволит оптимизировать процесс учета коксового газа, уменьшит объемы сжигаемого газа и повысит прибыль предприятия. По оценке специалистов предприятия, результатом внедрения разработанной системы станет усиление контроля за объемами газа поставляемого потребителям, что в свою очередь увеличит прибыль от продаж на 3–5% и сократит объем избыточного продукта, который выбрасывается в окружающую среду примерно на 5–7 %.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате анализа существующей системы контроля потребления коксового газа было выявлено, что выработка и потребление коксового газа требуют более точного автоматизированного контроля. Он позволит достигнуть увеличения продаваемого объема газа, повысить прибыль предприятия и снизить вредные выбросы в атмосферу.

В результате проведенного исследования для контроля потребляемого объема коксового газа была разработана информационно-вычислительная система. Она позволяет автоматизировать процессы контроля выработки, управления потреблением коксового газа и формирования аналитических отчетов.

Функциональное ядро комплекса разработано в виде стандартного оконного приложения, работающего под управлением ОС MS Windows. Для построения единой информационной среды использована клиент-

серверная модель. Для функционирования системы и хранения наборов связанных данных была спроектирована реляционная база. Использование реляционной базы данных позволяет автоматически контролировать целостность и согласованность хранимой информации.

Разработанный комплекс состоит из двух подсистем.

1. Подсистема учета позволяет вести учет потребленного газа. За счет получения и использования информации о параметрах расходуемого объема газа может быть достигнуто максимально эффективное использование коксового газа в рамках технологических процессов. Для контроля за потреблением газа ведется база данных, которая является основным элементом разработанной информационной системы. В режиме просмотра база данных представляется в табличном виде с возможностью поиска и фильтрации по заданным параметрам.
2. Подсистема аналитической отчетности позволяет предоставлять информацию в более наглядном виде, производить выгрузку в MS Excel, а также при необходимости принять своевременное решение об изменении в планировании объема продаж.

Указанные подсистемы при совместном использовании позволят увеличить объемы коксового газа, направляемые на продажу и на повторное использование, тем самым увеличить прибыль от продаж и сократить выбросы излишков в окружающую среду. В целом это позволит снизить загрязнение окружающей среды на 5–7 %.

Разработанная система успешно прошла тестирование и введена в эксплуатацию в ОАО «КОКС».

ЛИТЕРАТУРА

1. Глинков Г.М. АСУ технологическими процессами в агломерационных и сталеплавильных цехах / Г.М. Глинков, В.А. Маковский. – М.: Металлургия, 1981. – 360 с.
2. Группа КОКС. [Электронный ресурс]. <<http://www.kemerovokoks.ru>>
3. Маглинец Ю.А. Анализ требований к автоматизированным информационным системам. – М.: БИНОМ, 2008. – 200 с.
4. Устинова Г.М. Информационные системы менеджмента: учеб. пособие. – СПб.: ДиаСофт ЮП, 2000. – 368 с.
5. Бесекерский В.А. Теория систем автоматического управления / В.А. Бесекерский, Е.П. Попов. – 4-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Профессия, 2003. – 747 с.

6. *Анхимюк В.Л.* Теория автоматического управления / В.Л. Анхимюк, О.Ф. Олейко, Н.Н. Михеев. – М.: Дизайн ПРО, 2002. – 352 с.

7. *Журкин И.Г.* Геоинформационные системы / И.Г. Журкин, С.В. Шайтура. – М.: КУДИЦ-ПРЕСС, 2009. – 272 с.

8. *Граничин О. Н.* Информационные технологии в управлении: учеб. пособие / О.Н. Граничин, В.И. Кияев. – М.: Интернет-университет информационных технологий; БИНОМ. Лаборатория знаний, 2008. – 336 с.

9. Интернет-университет информационных технологий. [Электронный ресурс]. <<http://www.intuit.ru>>

10. *Кузнецов С.Д.* Концептуальное проектирование реляционных баз данных с использованием языка UML. – 2-е изд. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2007. – 484 с.

11. *Стивен Фернстейн.* Подставляемость и преобразование объектных типов в иерархии. Oracle Magazine. – Июнь 2002. Источник: Oracle Professional: March 2002.

12. Издательство «Открытые системы». [Электронный ресурс]. <<http://www.osp.ru/>>

13. Информационно-консалтинговый центр по электронному бизнесу. [Электронный ресурс]. <<http://www.e-commerce.ru>>

14. Специализированный журнал «Металлоснабжение и сбыт». [Электронный ресурс]. <<http://www.metalinfo.ru>>

15. Индустриальный портал. [Электронный ресурс]. <<http://www.metaprom.ru>>

16. Интернет-университет информационных технологий. [Электронный ресурс]. <<http://www.intuit.ru/department/database/weboracleforms/1/2.html>>

Моисеев К.Я.

Россия, Санкт-Петербург

Международный банковский институт

Харитонов А.П., к.э.н., доцент – научный руководитель

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКИ ОЦЕНКИ ДОСТАТОЧНОСТИ КАПИТАЛА ОРГАНАМИ БАНКОВСКОГО НАДЗОРА

ВВЕДЕНИЕ

Управление формированием капитала любого субъекта экономики является важным звеном финансового менеджмента. Специфика деятельности коммерческого банка в том, что его ресурсы в значительной степени формируются за счет привлеченных, а не собственных средств. Однако возможности банка в привлечении средств напрямую зависят от размеров

собственного капитала банка и его соответствия требованиям Центрального банка РФ. Собственный капитал банка для обеспечения устойчивости и эффективности его работы имеет первостепенное значение. Проблема достаточности капитала возникла еще до кризиса 2008 г.: она была связана с высокими темпами роста банковского бизнеса в России. В условиях финансового кризиса в связи с уменьшением доступа к мировым рынкам капитала и сужением возможностей для роста депозитов на внутреннем рынке проблема недостаточности собственного капитала для кредитных организаций стала одной из основных. Углубление в российской экономике рецессии привело к росту доли проблемных кредитов в общем кредитном портфеле и потерь по ссудам в финансовой системе страны. Возросшая в связи с этим необходимость в создании дополнительных резервов создает угрозу для прибыльности и капитализации российских банков. За 2009 г. Банком России было отозвано 43 лицензии, причиной отзыва более половины из них (26 лицензий) послужило неисполнение требований банковского законодательства, касающихся размера собственного капитала. Банк России повысил требования к размеру капитала.

С 2010 г. собственный капитал любого банка должен быть не менее 90 млн руб., а с 2012 г. – 180 млн руб. Весьма вероятно дальнейшее ужесточение этого требования. Ожидается, что из-за несоответствия требованиям к размеру капитала десятки банков могут лишиться лицензий.

За редким исключением проблема достаточности капитала касается всех российских банков. Особенно остро проблема докапитализации стоит перед региональными банками: у собственников региональных банков возможности привлечения средств ограничены.

Острота проблемы докапитализации российского банковского сектора, связанная с ухудшением качества кредитных портфелей, возникновение новых явлений и процессов в формировании собственного капитала обуславливают актуальность темы исследования.

Целью научной работы является развитие теоретических аспектов управления достаточностью банковского капитала и обоснование подходов к интеграции требований по достаточности капитала во внутрибанковские системы управления рисками и рентабельностью операций.

1. Анализ совокупного капитала российских банков и показателя достаточности капитала

Несмотря на то, что кризис оказал негативное воздействие на все кредитные организации, большинство из них сумели адаптироваться к неблагоприятным условиям деятельности. В результате к 1 июля 2010 г. совокупные банковские активы увеличились в абсолютном выражении до 30,4 трлн рублей (рис. 1) [8].

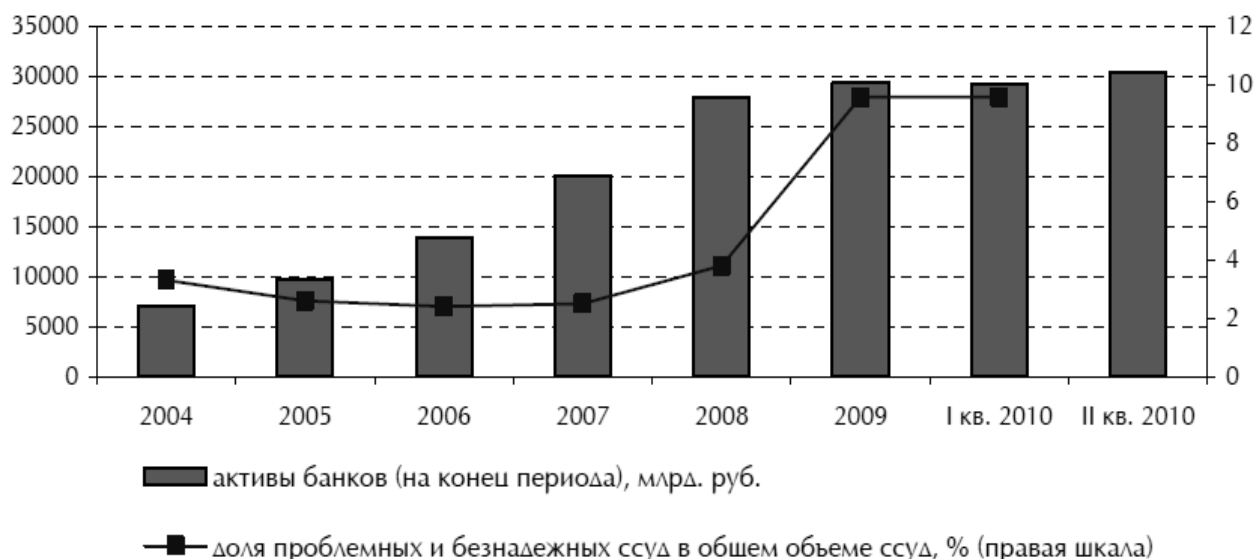


Рис. 1. Масштабы банковской деятельности в Российской Федерации

На фоне начавшегося восстановления активности банковской деятельности обращает на себя внимание абсолютное снижение капитальной базы кредитных организаций.

Собственные средства банковской системы в январе–июне 2010 г. сократились на 3 % до 4,47 трлн рублей (рис. 2). Непосредственной причиной снижения послужил возврат в мае Сбербанком России 200 млрд рублей ЦБ РФ, полученных в рамках антикризисных мер.

Однако вялая динамика совокупного капитала банковского сектора объясняется не только этим [8]. В значительной степени на нее повлияла необходимость доначислений резервов на возможные потери по ссудам вследствие роста просроченной и проблемной задолженности, а также ухудшение финансовых результатов деятельности банков. При этом подавляющее большинство кредитных организаций было вынуждено решать проблему дефицита капитала собственными силами. С одной стороны, доступ к государственным средствам был для них ограничен достаточно жесткими квалификационными требованиями. С другой, крупные частные

банки рассматривали условия программ рекапитализации как непривлекательные для себя (в первую очередь это касается схемы обмена привилегированных акций на ОФЗ). В силу этого основным источником пополнения капитала выступали средства собственников, которые в кризисной ситуации были весьма ограничены. В результате программа докапитализации банковского сектора проводилась в рамках антикризисных мер и оказалась ориентированной на ограниченный круг банков. Из общего объема средств, выделенных государством на соответствующие цели, основная часть была направлена на поддержку Сбербанка РФ, ВТБ и Россельхозбанка как институтов, имеющих системную значимость для российской экономики. Немаловажное значение имело и то, что ухудшение условий банковской деятельности и финансовые проблемы материнских компаний заставили большую часть иностранных игроков пересмотреть свои планы развития в России. Интенсивный рост присутствия иностранного капитала в российском банковском секторе, наблюдавшийся в предкризисный период, с середины 2008 г. практически остановился.



Рис. 2. Совокупный капитал российских банков и показатель достаточности капитала

В результате действия совокупности факторов показатель достаточности капитала (Н1) после заметного роста в 2009 г. (с 16,8 до 20,9 %) снизился до 18,9 %. На 1 июня 2010 года, по данным Банка России, более

86 % действующих банков имели показатель достаточности капитала выше 14 %. У 44 кредитных организаций этот показатель находится в диапазоне 10–12 %, что потенциально относило эти банки в «группу риска» [6]. Ситуация для последних осложнялась тем, что с 1 июля текущего года был восстановлен прежний порядок резервирования по ссудной и приравненной к ней задолженности (для новых, просроченных и реструктурированных после этой даты ссуд), а следовательно существовала вероятность нарушения требований по капиталу, так как уровень доходности не всегда позволяет покрывать рост отчислений в резервы. Еще одной важной характеристикой текущей ситуации в банковской системе является то, что вопреки прогнозам не произошло ощутимого роста сделок слияний и поглощений, которые не только усиливают концентрацию капитала, но и стимулируют его приток в систему финансового посредничества. Только на первом этапе финансового кризиса благодаря мерам прямой и косвенной государственной поддержки было зафиксировано несколько десятков такого рода сделок. Однако в дальнейшем эта тенденция не получила развития, что объясняется грузом нерешенных проблем в сфере банковской деятельности.

Тем не менее, структура банковской системы продолжала претерпевать изменения, что в немалой степени определялось вступлением в силу с января 2010 г. требования о повышении минимальной величины собственных средств действующих банковских кредитных организаций до 90 млн рублей. Определенная часть из них была приобретена сторонними инвесторами, а в ряде случаев собственники обратились с ходатайством о преобразовании банка в НКО. Кроме того, у ряда кредитных организаций были отозваны лицензии по причине нарушения ими банковского законодательства. За первое полугодие 2010 г. количество действующих кредитных организаций уменьшилось с 1058 до 1038.

В ближайшие годы можно ожидать дальнейшего сокращения числа кредитных организаций. Прежде всего это будет связано с тем, что с 2012 г. вступит в действие требование о повышении минимальной величины собственных средств действующих кредитных организаций до 180 млн рублей. В настоящее время в стране действуют 212 банков с капиталом от 90 до 180 млн рублей, которые будут поставлены перед необходимостью либо увеличения капитала, хотя это может и не диктоваться экономическими обстоятельствами, либо реорганизации или присоединения к другому банку (рис. 3).

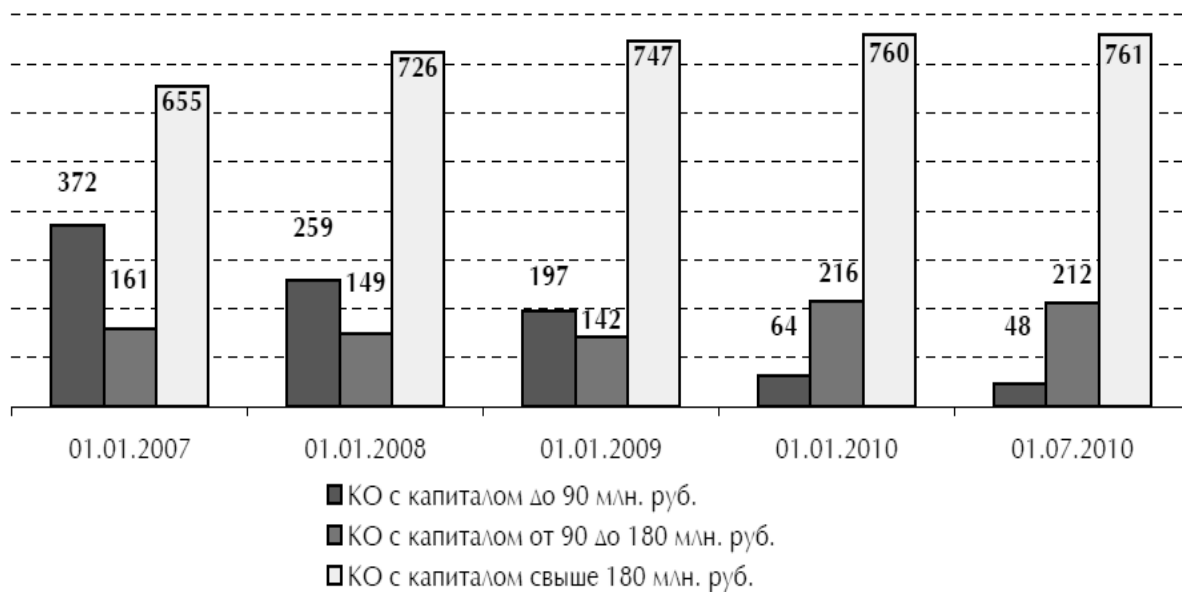


Рис. 3. Группировка кредитных организаций по уровню капитала

2. Перспективы реализации Базельского соглашения о достаточности капитала в России

Реализация принципов нового Базельского Соглашения (Базель-2) в России является важным направлением работы Банка России в качестве органа банковского регулирования и надзора в течение последних 5 лет [3]. За это время регулятором неоднократно проводились исследования влияния новых стандартов регулирования достаточности капитала на российские кредитные организации. Во взаимодействии с банковским сообществом были разработаны изменения в действующую нормативную базу, позволяющие реализовать наиболее простые подходы к оценке рисков: упрощенный стандартизированный подход к оценке кредитного риска и базовый индикативный подход к оценке операционного риска. Соответствующие документы (Указание 2324-У «О внесении изменений в Инструкцию Банка России от 16.01.2004 № 110-И «Об обязательных нормативах банков» и Положение 346-П от 03.11.2009 «О порядке расчета размера операционного риска») вступили в силу в июле 2010 г.

В 2008 г. была запущена совместная программа Евросистемы и Банка России «План развития и внедрения Базеля-2», которая предполагает оценку соответствия российских кредитных организаций минимальным стандартам, предусмотренным для финансовых институтов, использующих подход внутренних рейтингов (IRB-подход) для оценки достаточности капитала. К участию в проекте были привлечены 15 крупных банков

из числа 30 крупнейших организаций. Основным выводом исследования состоит в том, что внутрибанковские практики в области управления кредитным риском пока еще находятся на «стартовом» уровне по отношению к требованиям, определенным базельскими документами. В числе прочего были отмечены следующие недостатки:

- отсутствие системного подхода к обеспечению качества данных, используемых при выставлении внутренних рейтингов;
- внутренние рейтинги редко используются для расчета достаточности капитала банка;
- несовершенство используемых методик стресс-тестирования (в части определения влияния стресс-факторов на потребность в капитале, оцениваемой в соответствии с IRB-подходом);
- слабый уровень корпоративного управления банков (особенно в части внутреннего контроля).

Построение систем риск-менеджмента в соответствии со стандартами наилучшей практики представляет собой длительный и трудоемкий процесс. Российские банки, остро нуждающиеся в настоящее время в дополнительных источниках доходов, вряд ли будут готовы к запуску затратного проекта по реинжинирингу процессов управления рисками. С этой точки зрения полная реализация принципов Базельского соглашения о достаточности капитала вряд ли может быть названа первоочередной задачей в области банковского регулирования.

Неоднозначная практика использования кредитных рейтингов для целей банковского регулирования в предкризисный период заставляет по-новому взглянуть на перспективы применения стандартизированного подхода Базеля-2. Переход к определению норматива достаточности капитала на основе внешних оценок кредитного риска, очевидно, требует развития национального сектора рейтинговых агентств, для которых будут действовать нормативно установленные стандарты деятельности. Проблема, однако, состоит в том, что в этом случае система пруденциальных требований к капиталу существенно повысит свою чувствительность к кредитному циклу. По этой причине движение к стандартизированному подходу должно быть увязано с введением ряда инструментов макропруденциального регулирования (в частности, контрциклических требований к достаточности капитала).

3. Базель-3: Кардинальная реформа мирового банковского сектора

В сентябре 2010 г. члены Базельского комитета по банковскому надзору, объединяющего регуляторов из 27 стран, в том числе из России, одобрили новые международные стандарты банковской деятельности в отношении капитала и ликвидности, которые получили название «Базель III».

Новые требования в отношении банковского капитала касаются трех направлений: изменение структуры собственного капитала банков, повышение требований к достаточности капитала, в том числе введение новых дополнительных нормативов достаточности капитала, а также создание буферов капитала [7].

Согласно пресс-релизу БКБН, долю капитала первого уровня в общем объеме минимально необходимого капитала банкам рекомендовано увеличить с сегодняшних 4 до 6 %. При этом доля наиболее качественного (способного полностью поглощать убытки) акционерного капитала в капитале первого уровня должна быть поднята с 2 до 4,5 % [4].

Кроме того, от банков потребуются создание так называемого резервного буферного капитала первого уровня в размере дополнительных 2,5 %, что фактически поднимает коэффициент достаточности капитала первого уровня до 8,5 %.

Создание капитального буфера позволит банкам застраховаться от больших потерь в случае будущих кризисов.

При этом минимально необходимый уровень общей достаточности капитала сохраняется на уровне 8 % активов банка, взвешенных по уровню риска, но де-факто с учетом капитального буфера достигнет 10,5 % (см. таблицу).

Переход на новые требования будет постепенным – с 2013 по 2019 гг. Это – составная часть глобального ужесточения подходов к регулированию банковской деятельности, в рамках которого предполагается также ужесточить требования к ликвидности и фондированию банков, подходы к вознаграждениям топ-менеджеров, а также ввести повышенные требования к системно-значимым игрокам.

Российские банки применяют международные стандарты оценки капитала с 1 июля 2010 г., поэтому им также придется выполнять новые требования. Однако российские банки, скорее всего, ощутят изменения в подходе к оценке капитала в меньшей степени, чем их европейские коллеги. Требования к достаточности капитала у нас были изначально выше,

чем в Европе – 10–11 % против 8 % по Базелю, что во многом обусловило отсутствие в России в кризис банкротств крупнейших банков. Кроме того, правила оценки финансовой устойчивости банков для участия в системе страхования вкладов, установленные нормативным актом ЦБ, де-факто делают критичным значение достаточности капитала уже в 15 %, что заставляет банки и сейчас держать достаточно высокий запас капитала в дополнение к минимально необходимому уровню. Даже если Базель-3 будет внедрен завтра, большинство российских банков могли бы выполнить нормативы. Например, Базель-3 требует, чтобы ликвидные активы на 100 % покрывали краткосрочные обязательства банков сроком менее месяца. Норматив текущей ликвидности (НЗ), установленный ЦБ, мягче – 50 %, однако в реальности избыточная ликвидность позволяет российским банкам уложиться даже в базельские требования.

Таблица

Фазы введения коэффициентов минимальной достаточности капитала согласно Базелю-3, % от активов [4]

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Доля акционерного капитала	3,5	4,0	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
Резервный буфер (Conservation Buffer)				0,625	1,250	1,875	2,500
Акционерный капитал + буфер	3,5	4,0	4,5	5,125	5,75	6,375	7,0
Коэффициент Tier 1 Capital	4,5	5,5	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0
Сокращение 15-процентной подушки финансовых инструментов, ранее входившей в состав Tier 1 Capital (отложенные налоги, инвестиции в финансовые институты и пр.)		20	40	60	80	100	100
Коэффициент Total Capital	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0
Total Capital + резервный буфер	8,0	8,0	8,0	8,625	9,25	9,875	10,5

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, хотя Базель-2 должен быть внедрен во всех компонентах к 2012 г., но эта дата условная, и представители ЦБ РФ прямо заявляют, что они будут смотреть на реальную готовность банковской системы. Недавно ЦБ РФ опубликовал результаты выборочного исследова-

ния 15 российских банков на предмет использования ими внутренних рейтингов (IRB) при оценке рисков. Исследование показало, что хотя банки стремятся к этому, но в целом «уровень корпоративного управления (особенно в части внутреннего контроля), продемонстрированный большинством „пилотных” банков, далек от соответствия минимальным IRB-требованиям».

Большинство российских банков довольно легко выполняют количественные нормативы, налагаемые Базелем-3. Капитал первого уровня во многих российских банках уже соответствует «новому» требованию Базельского комитета. Также не составит труда для российских банков сформировать специальный резервный фонд. Но важны не проценты и объемы создаваемых резервов, а то, какими активами эти резервы представлены. Иначе они представляются формальными записями на балансе у банка. Как показал кризис, цифры, описывающие устойчивость банка, не всегда бывают объективными, когда необходимо сделать вывод о потере капитала. Опыт анализа проблемных кредитных организаций подтверждает, что до даты объявления банкротства у банка норматив достаточности капитала выполнялся, а сразу после объявления о несостоятельности не удовлетворял установленным Центробанком критериям. Но для того чтобы предотвратить такие ситуации, нужно не формальное выполнение нормативов, а содержательное управление рисками и прозрачность работы с ними. Это в свою очередь требует не просто овладения новыми методиками, а изменения мировоззрения и ментальности – нужна готовность открыто признавать риски перед обществом и регуляторами. Главным препятствием для перехода на учет рисков в соответствии с требованиями Базельских соглашений является даже не нехватка квалифицированных кадров, а недостаточный уровень автоматизации и неполнота баз данных. Российские банки могут заводить дорогие информационные системы, но им не хватает сил и средств, чтобы полностью и корректно ввести в них всю первичную информацию по всем сделкам банка, условиям всех кредитных договоров, дополнительных соглашений и т. д. В итоге банки не располагают нужными статистическими массивами.

Именно поэтому некоторые эксперты говорят, что базельские нормативы больше подходят для крупных банков, у которых количество заемщиков измеряется десятками тысяч и существует минимум трехлетняя история банкротств заемщиков. Для нормального применения Базеля-2 необходима именно статистика банкротств, а в условиях нашей экономики такая статистика слишком мала.

ЛИТЕРАТУРА

1. Инструкция Банка России от 16 января 2004 г. № 110-И «Об обязательных нормативах банков».
2. *Мусеев С.Р.* Аналитический отчет «Достаточность капитала банков: лоббизм крупнейших или реальная угроза?» / Центр экономических исследований МФПА, 2008.
3. *Пустовалова Т.А., Прохорова И.С.* Оценка достаточности капитала в российских банках в соответствии с новыми международными стандартами // Корпоративные финансы. – № 4(12) 2009.
4. Деловой журнал «Финанс». [Электронный ресурс]. <<http://www.finansmag.ru>>
5. Bankir.ru – банковские новости, банки, кредиты, вклады. [Электронный ресурс]. <<http://www.bankir.ru>>
6. Центральный банк Российской Федерации. [Электронный ресурс]. <<http://www.cbr.ru>>
7. Ежедневная деловая газета. [Электронный ресурс]. <<http://www.rbcdaily.ru>>
8. Консалтинговая группа. [Электронный ресурс]. <<http://www.bfi.ru>>

Мороз В.С.

Россия, г. Тула

Тульский филиал Российского государственного
торгово-экономического университета

Якушин Д.И., к.т.н., доцент – научный руководитель

ОЦЕНКА VaR, SaR и EaR ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ АКЦИЙ МЕТОДОМ МОНТЕ-КАРЛО

ВВЕДЕНИЕ

Результаты реализации решений об инвестировании в тот или иной финансовый инструмент (актив) всегда имеют некоторую неопределенность. В большинстве случаев реально полученный доход от вложений в некоторый финансовый инструмент не совпадает с ожидаемым доходом по этому инструменту на момент принятия решения об инвестировании, т. е. инвестирование – это сфера деятельности, связанная с риском.

В экономике под риском понимают возможность потерь, вызванных наступлением некоторых неблагоприятных, как правило, случайных событий.

В финансовой практике риск доходности различных финансовых инструментов (акций, облигаций, фьючерсов, валюты и др.), а также инвестиционных портфелей, составленных из этих инструментов, чаще всего измеряется с помощью таких статистических характеристик вариации, как дисперсия и среднее квадратическое отклонение.

Существуют недостатки показателей вариации как меры риска:

1. Показатели вариации учитывают отклонения в обе стороны по отношению к ожидаемому значению, что сложно интерпретировать в соответствии с определением риска. Поскольку риск, как было отмечено выше, – это потери, то при его характеристике следует учитывать только отрицательные отклонения доходности относительно среднего значения.

2. Среднее квадратическое отклонение (СКО) плохо подходит для характеристики риска, если распределение доходности финансового инструмента (портфеля) сильно отличается от нормального, например сильно асимметрично, имеет большой эксцесс и толстые («тяжелые») «хвосты».

3. Сложно интерпретировать среднее квадратическое отклонение и с экономической точки зрения. Его относительно успешно можно применять для сравнения рискованности нескольких активов. Анализ же значений среднего квадратического отклонения для одного актива натывает на серьезные трудности. Что, например, для портфельного инвестора может означать значение среднего квадратического отклонения, равное $\sigma = 0,1$? Много это или мало? Каков при этом размер возможных потерь? С какой вероятностью эти потери реализуются?

Для устранения недостатков показателей вариации как мер риска был разработан и успешно применяется показатель стоимости риска (*Value at Risk, VAR*).

1. Содержание и возможности концепций Value at Risk и Earnings-at-Risk

Концепция показателя Value at Risk призвана дать четкий и однозначный ответ на вопрос, возникающий при проведении операций на финансовых рынках: какой максимальный убыток мы рискуем понести за определенный период времени с заданной вероятностью для данного портфеля? Из сказанного следует, что величина *VaR* для портфеля заданной структуры определяется как наибольший ожидаемый убыток, обусловленный колебаниями цен на финансовых рынках, и рассчитывается:

- на определенный период времени в будущем (временной горизонт);
- с заданной вероятностью его непревышения (доверительный интервал);
- при данном предположении о характере поведения рынка (метод расчета).

Доверительный интервал и временной горизонт являются ключевыми параметрами, без которых невозможны ни расчет, ни интерпретация величины VaR . Так, например, значение стоимости риска в 10 млн дол. для временного горизонта в один день и доверительного интервала 99 % будет означать, что:

- вероятность того, что в течение следующих 24 часов мы потеряем меньше чем 10 млн дол., составляет 99 %;
- вероятность того, что наши убытки превысят 10 млн дол. в течение ближайших суток равна 1 %;
- убытки, превышающие 10 млн дол., ожидаются в среднем один раз в 100 дней торгов.

Таким образом, стоимость риска является денежным показателем, отражающим ожидаемые потери с заданной степенью достоверности.

Рассмотрим статистическую интерпретацию меры риска VaR . В соответствии с определением *Value-at-risk* – это наибольший убыток, который может произойти на протяжении периода времени Δt с доверительной вероятностью p .

Если известно распределение изменения стоимости актива (портфеля) $\Delta P = P(t + \Delta t) - P(t)$ за период времени Δt , то с точки зрения статистики VaR представляет собой α – квантиль функции распределения $F(\Delta P)$ изменения стоимости актива (портфеля) (рис. 1):

$$\int_{-\infty}^{VaR} f(\Delta P) d\Delta P = \alpha \text{ или } F(VaR) = \alpha,$$

где α – уровень значимости: $\alpha = 1 - p$.

Таким образом,

$$VaR = F^{-1}(\alpha),$$

где F^{-1} – функция, обратная функции распределения изменения стоимости актива (портфеля).

Из сказанного выше следует, что при анализе риска с помощью VaR основная задача сводится к тому, чтобы построить (идентифицировать)

функцию распределения прибылей/убытков $F(\Delta P)$, которые может принести портфель инвестора в течение определенного периода времени и определить ту точку на этом распределении, которая бы соответствовала требуемому уровню доверительной вероятности. Это проиллюстрировано на рис. 1.

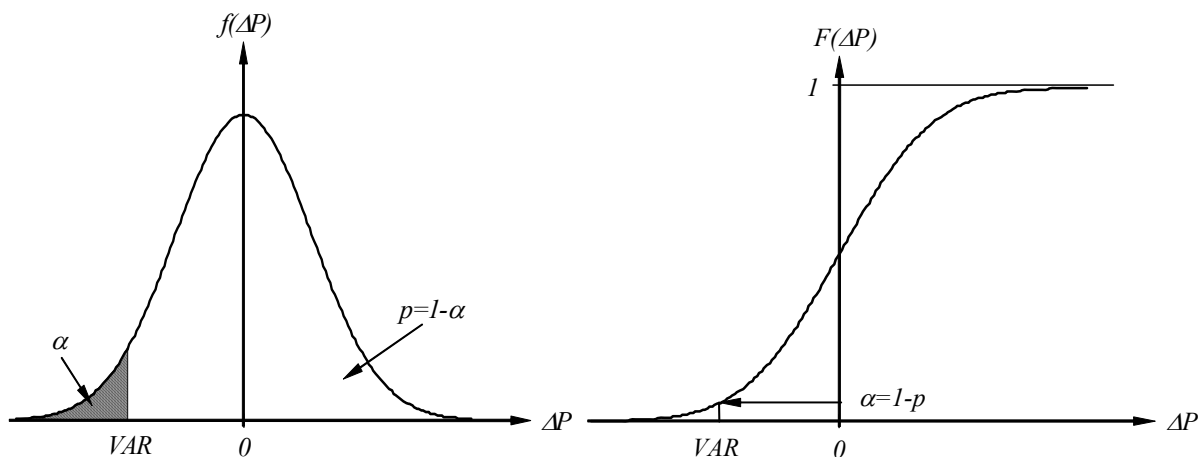


Рис. 1. Статистическое определение VaR

Мера риска Value-at-Risk на данный момент является стандартом в измерении рыночных рисков, и для ее вычисления разработано множество моделей и методов их реализации (рис. 2).

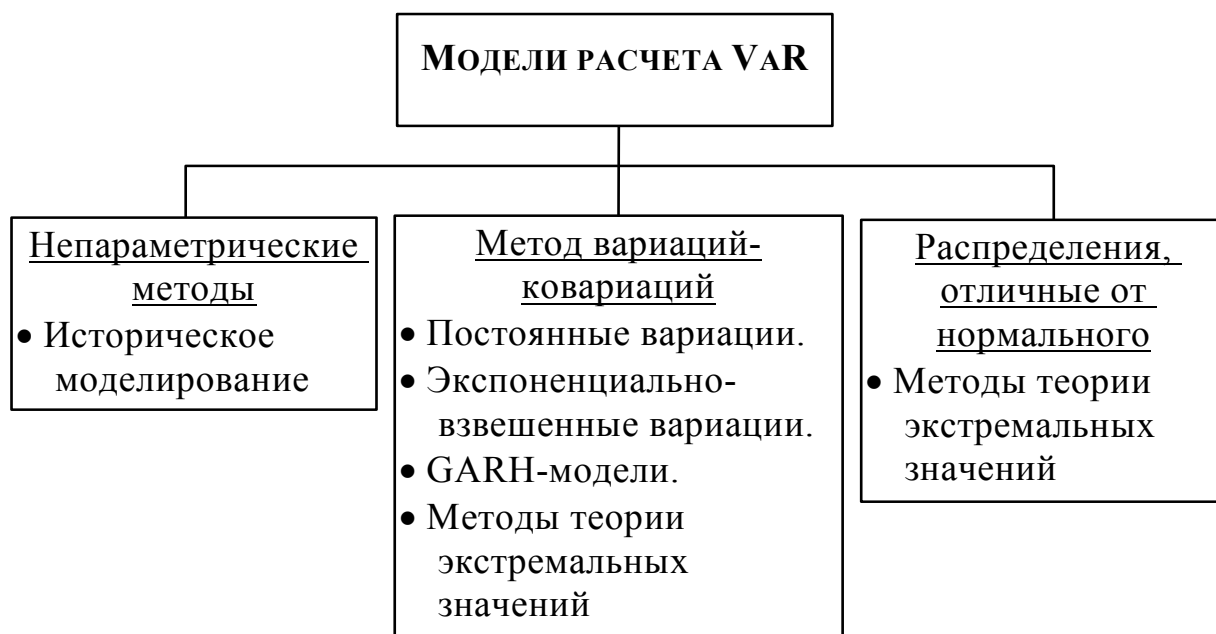


Рис. 2. Классификация моделей VaR

Все методы можно разделить на две группы: параметрические модели (их еще называют аналитическими или дисперсионно-ковариационными) и непараметрические модели. Модель называется параметрической, если известна функция распределения случайной величины и параметры ее распределения. В параметрической модели VaR предполагается, что доходность финансовых активов следует определенному виду вероятностного распределения, обычно нормальному. Используя исторические данные, определяют ожидаемые значения доходностей, дисперсий и ковариаций доходностей активов. На их основе рассчитывают VaR портфеля для заданного уровня доверительной вероятности.

В случае реализации непараметрических моделей никаких предположений относительно закона распределения доходностей активов не делается.

VaR позволяет оценить максимальные потери инвестора для определенного уровня доверительной вероятности и ничего не говорит о том, какие в среднем убытки могут возникнуть в случае превышения значения VaR . Для этого служит показатель средних ожидаемых потерь (*Shortfall-at-risk* – SaR). Он показывает величину средних потерь для данного уровня доверительной вероятности и периода времени, если убытки превысят значение VaR . Таким образом, показатель средних ожидаемых потерь представляет собой условное математическое ожидание потерь при условии, что их величина оказалась больше значения VaR .

Для величины ΔP , характеризующей доходы/убытки портфеля, можно записать

$$SaR = \frac{\int_{VaR_p}^{\infty} \Delta P f(\Delta P) d\Delta P}{\int_{-\infty}^{\infty} f(\Delta P) d\Delta P},$$

где VaR_p – значение VaR для доверительной вероятности p ;

$f(\Delta P)$ – функция плотности распределения ΔP .

Для уровня доверительной вероятности p интеграл в знаменателе вышеприведенной формулы равен

$$\int_{-\infty}^{VaR_p} f(\Delta P) d\Delta P = 1 - p = \alpha.$$

С учетом этого формула для определения SaR принимает вид

$$SaR = \frac{\int_{-\infty}^{VaR_p} \Delta P f(\Delta P) d\Delta P}{\alpha}.$$

Противоположным понятием по отношению к VaR является EaR (Earnings-at-Risk). EaR показывает, какую максимальную сумму дохода может принести портфель инвестора в течение определенного времени с заданной доверительной вероятностью p . Если доходность портфеля имеет нормальное распределение, и ее среднее значение равно нулю, то показатель EaR будет равен показателю VaR по абсолютной величине. В общем случае EaR определяется по формуле

$$\int_{-\infty}^{EaR} f(\Delta P) d\Delta P = p.$$

При выборе инвестиционного портфеля можно руководствоваться показателем, который определяется как отношение EaR к VaR . Чем больше значение этого коэффициента, тем предпочтительнее портфель, поскольку он предлагает большие выигрыши в сравнении с потерями.

В данной работе рассматривается метод оценки VaR , SaR , EaR инвестиционного портфеля методом Монте-Карло.

2. Метод Монте-Карло

Метод Монте-Карло – общее название численных методов, основанных на получении большого числа реализаций стохастического (случайного) процесса, который формируется таким образом, чтобы его вероятностные характеристики совпадали с аналогичными величинами решаемой задачи.

Метод Монте-Карло в первую очередь используют при расчете VaR портфелей, включающих активы с нелинейными зависимостями (например, производные ценные бумаги).

При расчете VaR портфеля методом Монте-Карло определяют распределение его стоимости на конец интересующего периода и строят гистограмму выигрышей и проигрышей. Величина потерь, отвечающая квантили для требуемого уровня доверительной вероятности, и является показателем VaR .

Метод Монте-Карло может быть применим как для портфеля из одного актива, так и для портфеля из нескольких активов. В любом случае метод требует выбора ценовых моделей для активов портфеля.

В данной работе рассматривается инвестиционный портфель, состоящий только из акций.

Изменение цены акции во времени описывается стохастическим дифференциальным уравнением геометрического броуновского движения:

$$\frac{dS}{dt} = \mu \cdot dt + \sigma \cdot dz,$$

где S – цена акции,

t – время,

dz – винеровский процесс,

μ – средняя доходность акции,

σ – среднее квадратическое отклонение доходности акции.

Версия модели для случая дискретного времени выглядит следующим образом

$$\Delta S = S(\mu \cdot \Delta t + \sigma \cdot \varepsilon \sqrt{\Delta t}),$$

где ΔS – приращение цены акции,

Δt – приращение времени,

ε – случайная величина, имеющая стандартное нормальное распределение.

Для удобства моделирования расчетная модель цены i -й акции, входящей в инвестиционный портфель, должна быть переписана в виде

$$S_{i_{t+1}} - S_{i_t} = S_{i_t} (\mu_i \cdot \Delta t + \sigma_i \cdot \varepsilon_i \sqrt{\Delta t})$$

или

$$S_{i_{t+1}} = S_{i_t} (1 + \mu_i \cdot \Delta t + \sigma_i \cdot \varepsilon_i \sqrt{\Delta t}),$$

где S_{i_t} – цена i -й акции в момент времени t ;

$S_{i_{t+1}}$ – цена i -й акции в момент времени $t+1$.

Распределение стоимости портфеля существенно зависит от степени коррелированности доходностей входящих в него активов. Наиболее просто получить распределение стоимости портфеля, когда доходности акций изменяются независимо друг от друга или когда между ними наблюдается корреляция +1. Наиболее стандартным на практике является случай, когда корреляция доходностей акций в портфеле отлична от 1 или от 0. Этот факт необходимо учесть при определении стоимости портфеля.

В этом случае зависимость между доходностями активов, входящих в портфель, описывается корреляционной матрицей:

$$R = \|\rho_{ij}\|,$$

где ρ_{ij} – коэффициент корреляции доходностей r активов i и j :

$$\rho_{ij} = \frac{\sum_{k=1}^n (r_{ik} - \bar{r}_i)(r_{jk} - \bar{r}_j)}{n \sigma_{r_i} \sigma_{r_j}},$$

где средние значения и средние квадратические отклонения доходностей активов определяются на основе выборки исторических данных за n периодов (например, дней) по формулам:

$$\bar{r}_i = \frac{\sum_{k=1}^n r_{ik}}{n}, \quad \bar{r}_j = \frac{\sum_{k=1}^n r_{jk}}{n}, \quad \sigma_{r_i} = \sqrt{\frac{\sum_{k=1}^n (r_{ik} - \bar{r}_i)^2}{n}}, \quad \sigma_{r_j} = \sqrt{\frac{\sum_{k=1}^n (r_{jk} - \bar{r}_j)^2}{n}}.$$

Учет зависимости доходностей активов, входящих в портфель, учитывается определением вектора коррелированных нормально распределенных случайных величин $\bar{\varepsilon}$:

$$\bar{\varepsilon} = L \cdot \bar{\tau},$$

где $\bar{\varepsilon}$ – вектор-столбец коррелированных нормально распределенных случайных величин;

$\bar{\tau}$ – вектор-столбец независимых нормально распределенных случайных величин:

$$\bar{\varepsilon} = \begin{pmatrix} \varepsilon_1 \\ \varepsilon_2 \\ \vdots \\ \varepsilon_m \end{pmatrix}, \quad \bar{\tau} = \begin{pmatrix} \tau_1 \\ \tau_2 \\ \vdots \\ \tau_m \end{pmatrix}$$

m – число входящих в портфель акций;

L – матрица, полученная в результате применения разложения Холецкого к корреляционной матрице R :

$$R = L \cdot L^T.$$

Элементы матрицы L вычисляются, начиная с верхнего левого угла матрицы, по формулам:

$$L_{ii} = \sqrt{\rho_{ii} - \sum_{k=1}^{i-1} L_{ik}^2}, \quad L_{ij} = \frac{1}{L_{jj}} \left(\rho_{ij} - \sum_{k=1}^{j-1} L_{ik} \cdot L_{jk} \right), \quad j < i.$$

Объектом исследования в данной работе послужил инвестиционный портфель, состав которого отражен в табл. 1 и на рис. 3. В портфель были включены акции 5 эмитентов, представляющих разные отрасли.

Состав моделируемого портфеля

Показатель	Акции				
	Газпром	Север- сталь	Ростеле- ком	ВТБ	Урал- калий
Количество в портфеле	10	5	20	35000	7
Стоимость в портфеле	1693,4	2194,85	2790,8	3601,5	1227,1
Доля в портфеле	0,147	0,191	0,243	0,313	0,107
Начальная цена (на 01.11.10)	169,34	438,97	139,54	0,1029	175,3

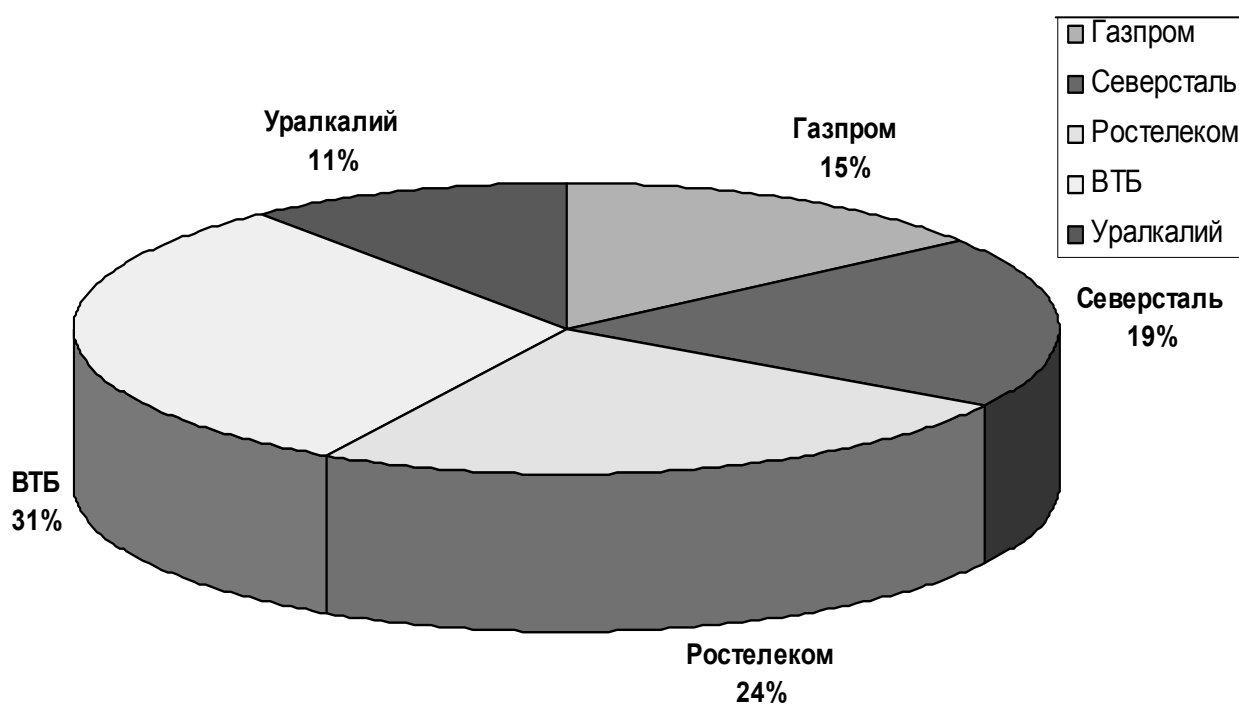


Рис. 3. Структура инвестиционного портфеля

Динамика цен на акции, входящие в портфель, в виде ежемесячных данных за период с 1.11.07 г. по 1.11.10 г. представлена на рис. 4.

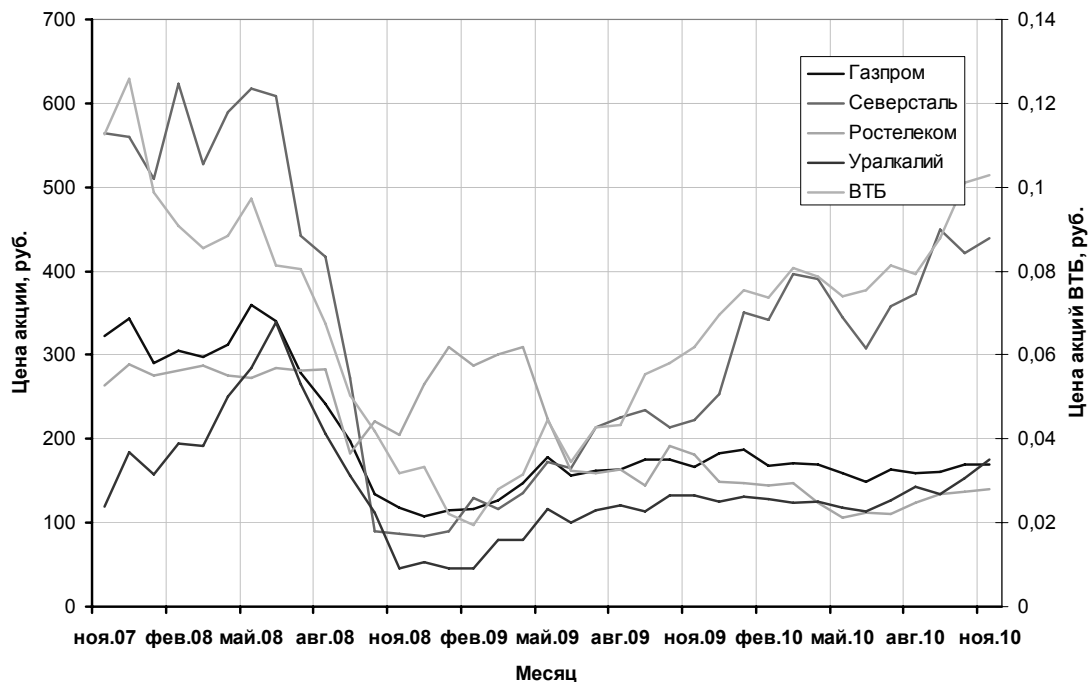


Рис. 4. Динамика цен на акции, составляющие портфель

На основе исторических данных о ценовой динамике были вычислены ежемесячные доходности акций по формуле:

$$r_t = \frac{S_t}{S_{t-1}} - 1.$$

Результаты расчетов доходностей показаны на рис. 5.

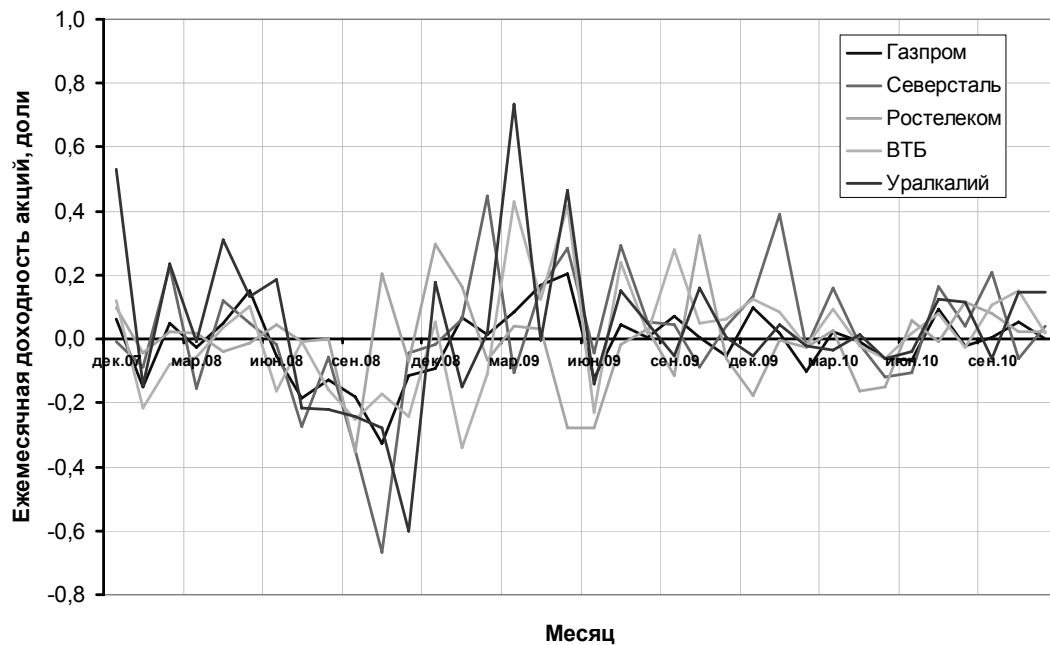


Рис. 5. Динамика доходностей ценных бумаг, составляющих инвестиционный портфель

На базе значений о доходностях акций были рассчитаны средняя доходность за месяц, а также среднее квадратическое отклонение доходности. Результаты представлены в табл. 2 .

Таблица 2

Параметры доходности акций

Акция	Средняя доходность за месяц	СКО доходности
Газпром	-0,0116	0,1088
Северсталь	0,0185	0,2038
Ростелеком	-0,0074	0,1405
ВТБ	0,0121	0,1738
Уралкалий	0,0392	0,2403

Рис. 6 дает представление о форме распределения доходностей акций. Для сравнения на график нанесена кривая нормального распределения.

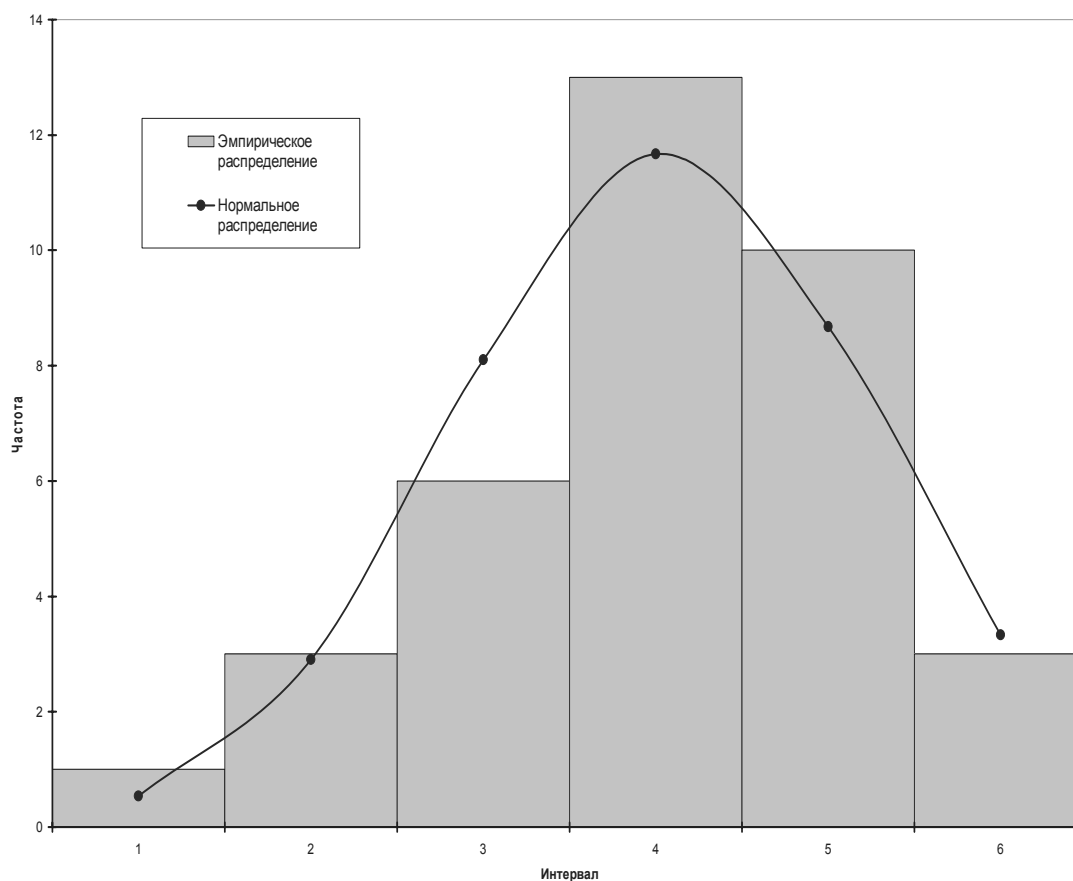


Рис. 6. Распределение доходностей акций ОАО «Газпром»

Для оценки взаимосвязи между доходностями различных акций, составляющих инвестиционный портфель, была рассчитана корреляционная матрица (табл. 3).

Матрица корреляций доходностей инвестиционного портфеля

Акции	Газпром	Северсталь	Ростелеком	ВТБ	Уралкалий
Газпром	1				
Северсталь	0,7142	1			
Ростелеком	-0,0612	-0,1216	1		
ВТБ	0,6467	0,3584	0,0013	1	
Уралкалий	0,6036	0,3240	0,1637	0,6825	1

К корреляционной матрице было применено разложение Холецкого. Результат представлен в табл. 4.

Таблица 4

Матрица L , полученная с помощью разложения Холецкого

1,000	0	0	0	0
0,7142	0,6999	0	0	0
-0,0612	-0,1113	0,9919	0	0
0,6467	-0,1478	0,0246	0,7479	0
0,6036	-0,1530	0,1851	0,3543	0,6727

Модель оценки цены акций и стоимости инвестиционного портфеля была реализована в *MS Excel*.

Динамика цен моделировалась на 6 месяцев вперед (~126 торговых дня). Одна из возможных реализаций ценовой динамики представлена на рис. 7.

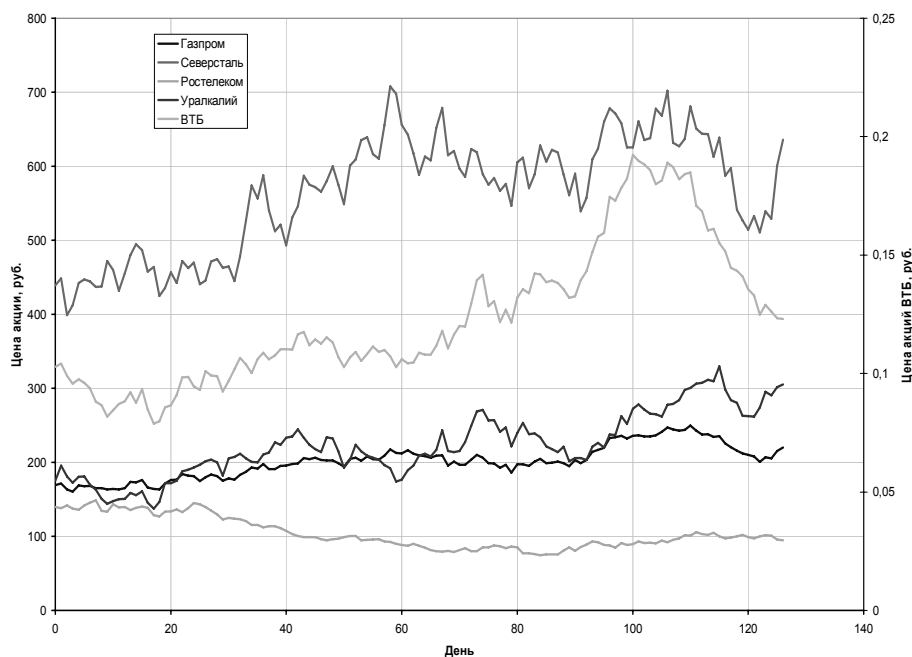


Рис. 7. Возможная будущая динамика цен акций, составляющих портфель

В ходе реализации метода Монте-Карло осуществлялось моделирование 500 реализаций. Рис. 8 иллюстрирует 100 возможных траекторий изменения стоимости инвестиционного портфеля.

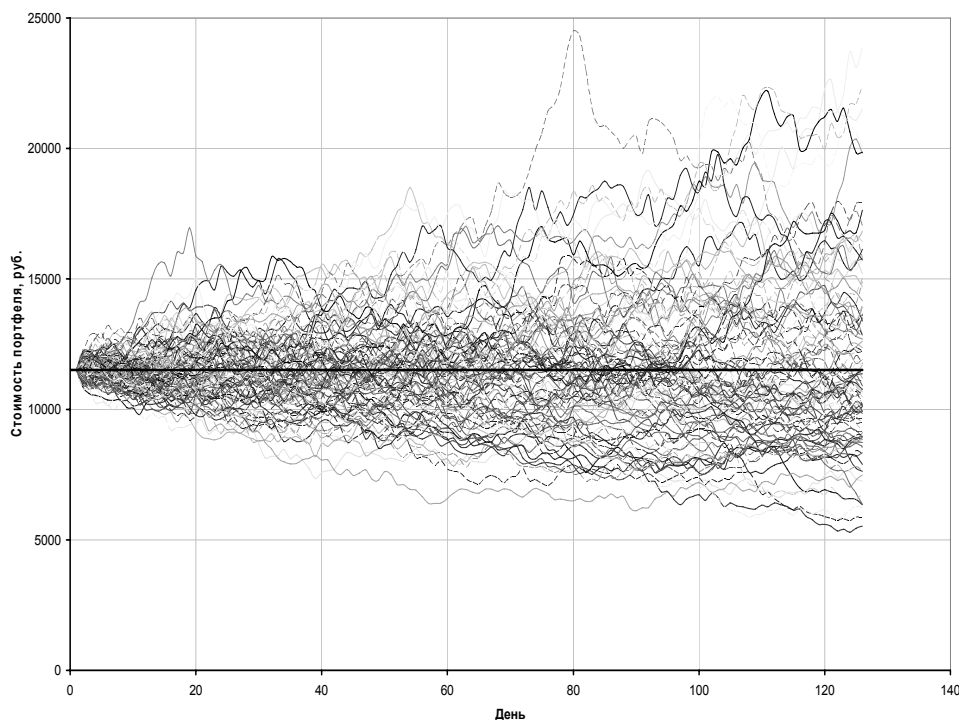


Рис. 8. Возможные траектории изменения стоимости инвестиционного портфеля

В ходе реализации метода Монте-Карло на основе полученных результатов было построено распределение стоимости портфеля (табл. 5).

Таблица 5

Распределение стоимости портфеля

№ инт.	Границы интервалов		Середина интервала	Частота		
	нижняя	верхняя		эмпирическая	нормального распределения	логнормального распределения
1	5519,50	6370,40	5944,95	6	9,016	4,910
2	6370,40	7221,30	6795,85	12	13,894	12,480
3	7221,30	8072,21	7646,75	25	20,109	23,586
4	8072,21	8923,11	8497,66	39	27,331	35,843
5	8923,11	9774,01	9348,56	54	34,886	46,226
6	9774,01	10624,92	10199,46	41	41,817	52,563
7	10624,92	11475,82	11050,37	51	47,073	54,182
8	11475,82	12326,72	11901,27	57	49,764	51,683
9	12326,72	13177,63	12752,18	40	49,405	46,339

Таблица 5 (продолжение)

№ инт.	Границы интервалов		Середина интервала	Частота		
	нижняя	верхняя		эмпири- ческая	нормального распреде- ления	логнормального распределения
10	13177,63	14028,53	13603,08	39	46,062	39,523
11	14028,53	14879,43	14453,98	33	40,331	32,370
12	14879,43	15730,34	15304,89	25	33,162	25,647
13	15730,34	16581,24	16155,79	24	25,607	19,774
14	16581,24	17432,14	17006,69	12	18,570	14,908
15	17432,14	18283,05	17857,60	13	12,646	11,032
16	18283,05	19133,95	18708,50	9	8,088	8,040
17	19133,95	19984,86	19559,40	4	4,858	5,785
18	19984,86	20835,76	20410,31	6	2,740	4,119
19	20835,76	21686,66	21261,21	4	1,451	2,907
20	21686,66	22537,57	22112,11	6	0,722	2,038

Эмпирическое распределение стоимости инвестиционного портфеля проверялось на соответствие нормальному и логнормальному теоретическим распределениям с помощью критерия согласия Пирсона:

$$\chi_p^2 = \sum_{i=1}^m \frac{(f_i - f_i^{(теор)})^2}{f_i^{(теор)}},$$

где $f_i, f_i^{(теор)}$ – эмпирические частоты и теоретические частоты соответственно.

Результаты проверки представлены в табл. 6 и на рис. 9 и 10.

Таблица 6

Проверка соответствия

Распределение	Параметры		Критерий согласия	
	\bar{x}	σ	расчетное значение χ_p^2	табличное значение $\chi_{таб}^2$
Нормальное	12228,674	12228,674	75,156	27,587
Логнормальное	9,374	0,275	17,573	

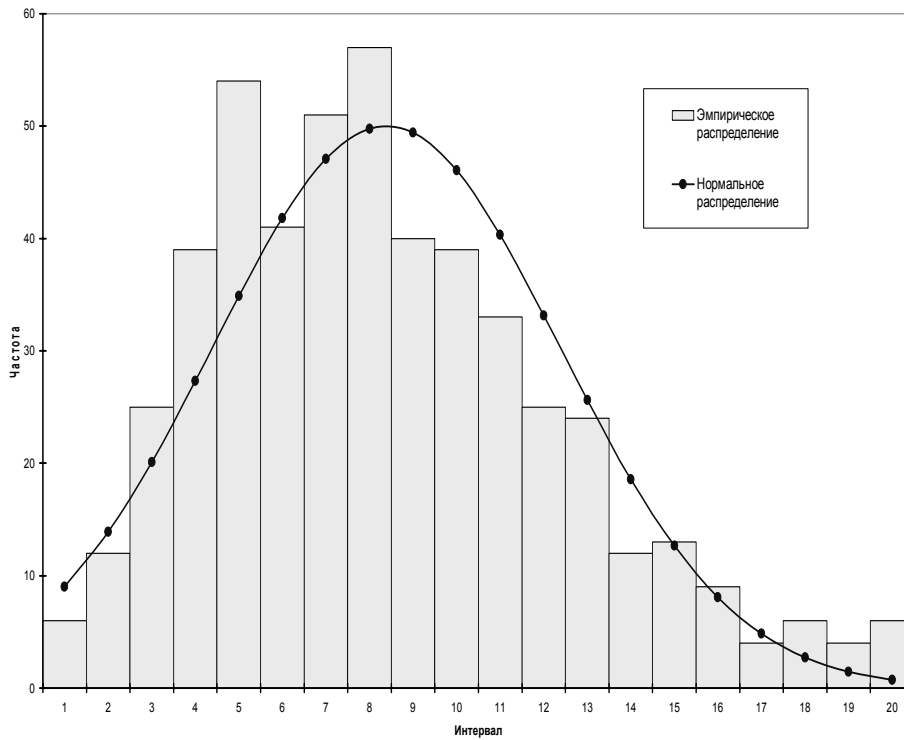


Рис. 9. Распределение стоимости портфеля и нормальное распределение

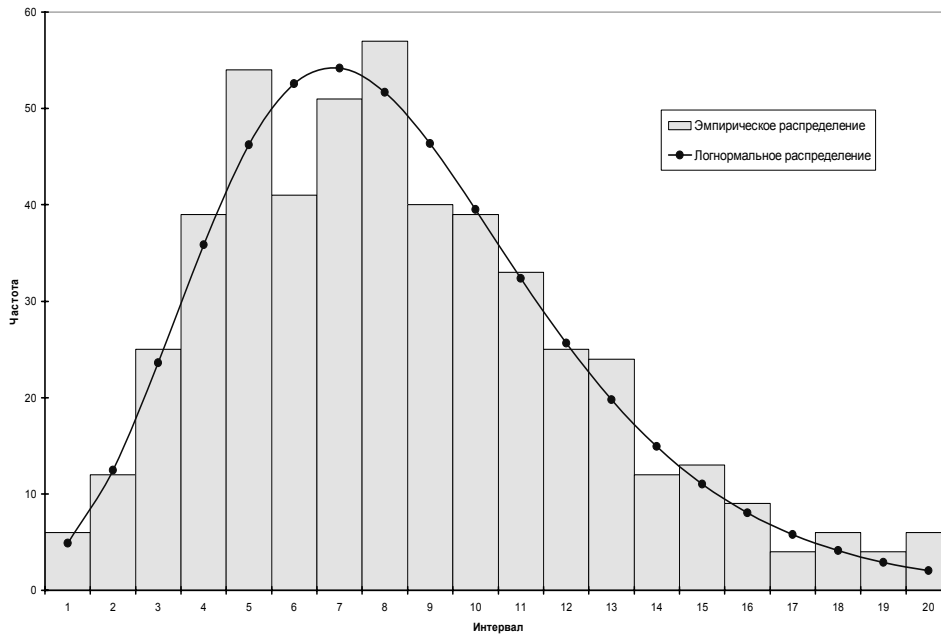


Рис. 10. Распределение стоимости портфеля и логнормальное распределение

Проверка показала, что наиболее подходящим для описания распределения стоимости инвестиционного портфеля является логнормальное распределение:

$$f(x) = \frac{1}{x \cdot 0.275 \cdot \sqrt{2\pi}} e^{-\frac{(\ln x - 9.374)^2}{2 \cdot 0.275^2}},$$

поскольку для него $\chi_p^2 < \chi_{таб}^2$.

На основе полученного распределения были рассчитаны показатели VaR , SaR , EaR , $EaR/|VaR|$ инвестиционного портфеля акций для доверительной вероятности 0,95. При этом доход по портфелю определялся как разница между стоимостью портфеля на конец моделируемого периода (P_k) и стоимостью портфеля на начало периода (P_0):

$$\Delta P = P_k - P_0.$$

Результаты расчетов приведены в табл. 7.

Таблица 7

Результаты расчета VaR , SaR , EaR , $EaR/|VaR|$

Показатель	Значение
VaR, руб.	-4017,29
SaR, руб.	-4760,82
EaR, руб.	7008,53
$EaR/ VaR $	1,74

На рис. 11 представлено интегральное распределение дохода инвестиционного портфеля, а также показано графическое определение VaR и EaR.

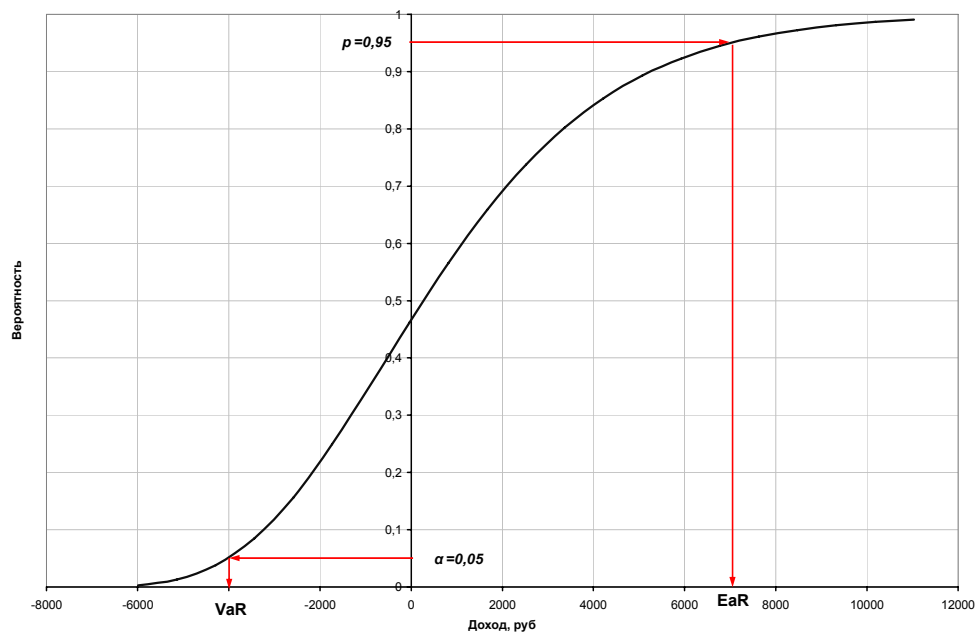


Рис. 11. Интегральное распределение дохода портфеля и графическое определение VaR и EaR

ЛИТЕРАТУРА

1. Булашев С.В. Статистика для трейдеров. – М.: Компания Спутник+. 2003. – 245 с.
2. Буренин А.Н. Управление портфелем ценных бумаг. – М.: Научно-техническое общество им. акад. С.И. Вавилова, 2008. – 440 с.
3. Зорин А. Value at Risk как мера риска торговых стратегий // Рынок ценных бумаг. – 2005. – № 12. – С. 75–77.
4. Лобанов А. Проблема метода при расчете Value at Risk // Рынок ценных бумаг. – 2000. – № 21 – С. 54–58.
5. Лобанов А. Регулирование рыночных рисков банков на основе внутренних моделей расчета VaR // Рынок ценных бумаг. – 2000. – № 9. – С. 63–66.
6. Лобанов А., Порох А. Анализ применимости различных моделей расчета Value at Risk на российском рынке акций // Рынок ценных бумаг. – 2001. – № 2. – С. 65–68.
7. Меньшиков И.С., Шелагин Д.А. Рыночные риски: модели и методы. – М.: Вычислительный центр РАН. 2000. – 55 с.

Никитинская Е.С.

Россия, Санкт-Петербург

Международный банковский институт

Карпова Т.С., к.т.н., профессор – научный руководитель

БАНКОВСКИЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Введение

Для многих банков, начинающих работать в сети Интернет, сегодня появились колоссальные возможности для трансформации банковского маркетинга. В отличие от других технологических новинок в банковском секторе, Интернет способен в корне изменить основы банковского маркетинга. В связи с этим данная тема является актуальной для российских банков.

Объектом исследования было выбрано 19 банков, таких как Сбербанк, Газпромбанк, Внешторгбанк, Райффазенбанк, Еврофинанс Моснарбанк, Банк Москвы, Росбанк, Петрокоммерц, КМБ-банк, Альфа-банк, МБРР, Уралсиб, Транскредитбанк, Банк Зенит, Сибкадембанк, Банк «Северная казна», Промсвязьбанк, НОМОС-банк, АК БАРС банк.

Основная цель работы – выявление возможностей применения банковского Интернет-маркетинга, а также разработка методики оценки банковских сайтов с точки зрения маркетинговой концепции.

В нашей работе решаются следующие задачи: рассмотрение основных понятий, связанных с банковским Интернет-маркетингом, и различных способах применения Интернет-маркетинга банками, применение SQL-сервера для создания методики оценки банковских сайтов с учетом различных критериев.

1. Эффективность использования Интернет-маркетинга банками

Эффективность рекламы в Интернете, как и любой другой рекламы, зависит от четырех составляющих: что, где, когда и как рекламировать. Как правило, сложно получить максимальную эффективность, но к этому нужно всегда стремиться.

Используя Интернет-маркетинг, банки преследуют следующие цели:

- формирование информационного поля банка, направленное на узнаваемость бренда и улучшение имиджа (PR);
- поиск новых клиентов;
- повышение лояльности, повторные продажи существующим клиентам;
- информирование о новых услугах и продуктах.

В зависимости от целей могут использоваться разные инструменты, способы и ресурсы.

Внутренние (собственные) Интернет-ресурсы банка:

- сайт банка;
- корпоративный блог;
- собственная рассылка.

Внешние ресурсы в Интернете:

- контекстная реклама;
- баннерная реклама;
- новостные Интернет-ресурсы;
- тематические Интернет-ресурсы;
- социальные сети и сервисы.

Перспективность использования всех этих ресурсов сильно зависит от многочисленных нюансов реализации, таких как размер банка, его специализация, цели и задачи, актуальность предложения, профессионализм исполнителя и т. д. Чем крупнее банк, тем сложнее его задачи, которые он может и должен решать в Интернете. Чем сложнее задача, тем труднее методы ее решения.

Для того чтобы иметь наиболее полное представление о каждом способе реализации Интернет-маркетинга, необходимо рассмотреть каждый из них более подробно.

Сайт банка

Сайт предоставляет доступную всем посетителям единую информацию: перечень предоставляемых продуктов и услуг и тарифы на них, карта (или список адресов) отделений и филиалов банка, месторасположение банкоматов, готовые отчеты, пресс-релизы, объявления о начале реализации специальных программ и т. п. В целом сайт банка выполняет функцию своеобразной виртуальной визитной карточки.

Для банка, имеющего свой сайт в сети Интернет и желающего воспользоваться им в целях маркетинга, преимущества можно условно разделить на 2 группы; «имиджевые», способствующие поддержанию солидной репутации банка, и «реально доходные», увеличивающие количество клиентов и денежный оборот банка.

Посетителей банковских интернет-страничек можно разделить на несколько категорий:

- специалисты из отделов маркетинга, которые ежедневно просматривают страницы на предмет тарифных ставок и услуг;
- клиенты банков, которые интересуются непосредственно услугами (страницами депозитов, карточками) или годовыми отчетами банков;
- «случайные» посетители, бесцельно плавающие по разным серверам в поисках нужной информации;
- специалисты западных фирм, проявляющие большой интерес к работе российских кредитных организаций.

На сегодняшний день использование сайтов банка в качестве рекламы банковских продуктов является одним из наиболее простых и популярных способов продвижения.

Корпоративный блог

В последнее время стало популярным в дополнение к своему основному сайту создавать корпоративные блоги. Под корпоративными блогами в данном случае понимаются своего рода сайты, созданные для неформального общения сотрудников банка с внешним миром. Цель – завоевать доверие целевой аудитории, увеличить лояльность.

На блоге можно решать много разных задач: информирование о своих конкурентных преимуществах, популяризация новых услуг и отдель-

ных сервисов, обратная связь со своими клиентами, создание сообщества лояльных пользователей и др.

Нарастить постоянную аудиторию блога – это трудная, долгая и кропотливая работа. Постоянной аудиторией банковского блога могут стать существующие и потенциальные клиенты, сотрудники банка, сотрудники подрядных организаций и т. д. Чтобы они стали постоянными читателями блога, необходимо писать интересные посты на самые актуальные для них темы. Например, обсуждение внутренних новостей и событий банка, новых продуктов и услуг, открытия филиалов, обсуждение внешних факторов и событий, проблем кредитования в России, политики ЦБ, подозрительно высоких процентов конкурентов на привлечение депозитов и т. д. Это могут делать только ключевые сотрудники банка, хорошо разбирающиеся в нюансах затронутых вопросов. Они же должны и отвечать на комментарии. Все это довольно трудоемко, поэтому прежде чем заводить корпоративный блог банка, требуется хорошо подумать, а хватит ли сил, времени, ресурсов и настойчивости, чтобы развивать его.

Таким образом, корпоративный блог при умелом использовании может создать дополнительный источник распространения положительной, неформальной информации о банке в Интернете. Однако создавать его следует банкам с большим опытом, наработанными технологиями и довольными клиентами.

Собственная рассылка

Основная задача банка при использовании собственной рассылки заключается в том, чтобы отправить одновременно очень многим людям сообщение по электронной почте. Таким образом, банк может быть уверен, что его сообщение получат одновременно сотни и тысячи людей. Это отличный рекламный канал.

Однако существует вероятность того, что посылаемое рекламное сообщение может быть просто не прочитано подписчиком или не доставлено в связи неправильным указанием адреса электронной почты.

Контекстная реклама

Банкам лучше всего использовать эту рекламу для поиска новых клиентов.

Здесь есть два способа. Первый – начать с ключевых фраз. В этом случае необходимо выбрать слова, написать заголовок и текст объявления

и определить страницу на сайте, куда будет попадать пользователь, кликнувший на объявление.

Второй способ более эффективен. Допустим, у банка есть конкретная услуга или продукт, который он будет рекламировать. Лучше всего, если в ней есть конкретика и определенные сроки и ставки (например, ипотека в Москве, 8% до 8 марта). Тогда под этот продукт делается специальная (так называемая посадочная) страница, где рассказывается все об этом продукте (условия, выгоды, сроки), там же можно оформить заявку или отправить вопрос консультанту. Под каждую «посадочную страницу» выбираются свои ключевые слова и составляются тексты объявлений.

В обоих случаях эффективность сильно зависит от каждого из действий. Кроме того, нужно еще и манипулировать ставками за объявления, от них зависят места показов и расход денежных средств, и правильно распределить бюджет между поисковыми системами (Google, Яндекс, Рамблер).

Часто встречаемые ошибки:

- контекстная реклама ведет на главную страницу сайта;
- составляется одно общее объявление для всех ключевых слов;
- неправильно или неполно подбираются ключевые слова.

Баннерная реклама

Отличие условий размещения такой рекламы состоит в том, что оплата производится не за клик, т. е. за привлеченного посетителя сайта, а за показ. При этом баннер демонстрируется в пределах первого экрана, т. е. вероятность того, что пользователь заметит баннер, достаточно велика.

Как правило, баннерная реклама показывается по очень большому количеству не совсем целевых запросов, поэтому ее целесообразно использовать только как имиджевую.

Существует два вида такой рекламы:

- баннеры на главной странице сайта банка,
- медийно-контекстные баннеры в результатах поиска, которые показываются пользователям в ответ на поисковый запрос и на партнерских сайтах, как и контекстные объявления.

Баннерная реклама может быть интересна известным банкам. Переходов с нее не будет, но она работает на узнаваемость бренда. Нет смысла использовать такие баннеры для рекламы конкретной услуги или продукта. В таком случае лучше использовать обычную контекстную рекламу.

Новостные Интернет-ресурсы

В Интернете существует огромное количество ресурсов, на которых интересно рекламироваться банкам. В зависимости от целей требуется разная целевая аудитория, а значит, и разные ресурсы. Причем на каждом ресурсе можно выбрать разные виды рекламы, инструменты и сервисы.

Самый легкий и дешевый способ прорекламировать банк или услугу – это интересная новость. Ее с удовольствием опубликует большинство новостных сайтов, таких как РБК, Лента.ру, РИА новости, сайты популярных деловых газет: Коммерсант, Ведомости, а также сайты радиостанций: БФМ, Эхо Москвы. Отправляя новость в три–пять новостных ресурсов, банк может быть уверен, что их опубликуют и другие. Чем интереснее новость, тем больше ресурсов захотят ее опубликовать. Если новость опубликована на авторитетном ресурсе, то она обязательно появится в лентах Яндекс.Новости, Google Новости и др. Практически все новостные сайты имеют своих подписчиков и RSS ленты, по которым они автоматически получают новости.

Кроме того, банк легко может посмотреть, сколько раз и кто опубликовал его новость. В идеале все публикации нужно проверять, так как многие редакторы меняют текст, и новость может быть подана по-разному. Иногда суть информации после редактирования в корне меняется. Большинство новостных сайтов предоставляет возможность комментировать новости, поэтому на самых популярных и значимых для банка сайтах нужно управлять дискуссией. Если этого не делать, то новость может стать негативной из-за плохих комментариев.

Тематические Интернет-ресурсы

По предлагаемым сервисам и способам рекламы они очень похожи на новостные ресурсы. Они публикуют новости, статьи, интервью, позволяют комментировать и вести дискуссии, размещать баннерную рекламу и многое другое. Основное отличие – это количество и качество посетителей. На тематических и отраслевых ресурсах посещаемость может быть в десятки, а то и сотни раз меньше, чем на новостных, но качество этих посетителей намного лучше, потому что они – тематические. Главное – правильно выбрать ресурс с целевой аудиторией под конкретную задачу. И пусть такое сообщение не увидят миллионы, зато его увидят те, кому оно действительно интересно – целевая аудитория банка.

В настоящее время существует множество интересных ресурсов по банковской тематике: Банки.ру, Банкир.ру, Финнам.ру, 611.ru и многие др. Например, Банкир.ру рассчитан на специалистов отрасли, и вряд ли там имеет смысл рекламировать розничные услуги банков. Но с его помощью можно решать другие задачи, например, искать сотрудников, партнеров, консультации по разным профессиональным вопросам, предлагать свои услуги, интересные другим банкам. И самое главное – это работа на привлечение к себе в банк крупных коммерческих организаций.

Для рекламы своих продуктов физическим лицам, банкам может быть интересен сайт www.611.ru. Хотя он и посвящен кредитованию в Москве, там оставляют и читают много отзывов о крупных банках. Также там возможно участие в форуме и публикация статей по темам кредитования.

Социальные сети и сервисы

В последнее время количество пользователей различных социальных сетей возрастает с каждым днем. Руководители банков понимают, что среди этих многочисленных пользователей могут быть потенциальные клиенты банка.

Для того чтобы внедрить свою рекламу в социальные сети, банку прежде всего необходимо определить, какие цели и задачи он хочет достигнуть. Если задача – имиджевая реклама, то можно использовать баннерную рекламу. Если задача – PR, создание и удержание лояльности, то в таком случае лучше всего создавать сообщество лояльных пользователей в популярных социальных сетях и сообществах.

2. Разработка методики оценки банковских сайтов с точки зрения их маркетинговой концепции

Одним из наиболее распространенных способов достижения маркетинговых целей банков в сети Интернет является использование сайтов.

Для определения эффективности использования банками своих сайтов в качестве одного из методов продвижения банковских продуктов была разработана методика оценки банковских сайтов по различным критериям. Источником данных об оценках банковских сайтов послужила информация, опубликованная специалистами Интернет-агентства «Артус», которые в свою очередь проводили оценку банковских сайтов 2006 года.

К критериям оценки относятся:

- актуальность информации – информация ни в коем случае не должна быть устаревшей. Желательно, чтобы обновление новостного блока проводилось не реже чем раз в неделю, а статейного – не реже чем раз в месяц;

- качество контента – подразумевает наличие у сайта качественно визуализированной, без орфографических и стилистических ошибок, хорошо структурированной, лаконичной и полной информации, которая соответствует уровню восприятия целевой аудиторией;

- концепция дизайна – визуальная концепция сайта обязана быть информационно-коммерческой, то есть – ориентирована на удобное предоставление всей информации, необходимой потенциальному клиенту для принятия решения и заказа услуг или совершения иного активного действия, способного перерасти в полноценные коммуникации и завершиться продажей услуги;

- реализация дизайна – грамотная реализация фирменного стиля банка также является очень важным критерием оценки. Важно добиться ясности и простоты восприятия всех визуальных элементов сайта, при этом любой графический элемент должен способствовать улучшению восприятия текстовой информации;

- PR активность банка в Интернете – современные PR-кампании банков должны быть направлены на помощь в ориентировании клиента на рынке, на обеспечение координации выполненных действий, а также не только на желание заинтересовать, а, что немаловажно, заинтересовать и удержать интерес клиента;

- широта охвата целевой аудитории – наличие для каждого сегмента целевой аудитории собственных информационных разделов. Необходимо учитывать, что целевая аудитория сайта банка очень дифференцирована и у разных разделов сайта может быть своя целевая аудитория.

Для разработки методики оценки сайтов была использована шкала Лейкерта, в которой существует две зоны: положительная зона, когда сайт соответствует выбранному критерию, и отрицательная зона, когда сайт не соответствует выбранному критерию. В каждой зоне оценивается уровень качества соответствия или несоответствия сайта критерию. А именно:

4 – отлично соответствует критерию;

3 – по большинству важных параметров соответствует критерию;

2 – в целом соответствует;

1 – по ряду параметров соответствует критерию;

- 1 – не соответствует критерию, но без существенных потерь для эффективности сайта;
- 2 – в целом не соответствует критерию;
- 3 – по большинству важных параметров не соответствует критерию;
- 4 – критично не соответствует критерию.

Данная методика была применена в отношении 19 банков, ставших объектами анализа.

Для реализации данной методики была разработана база данных, которая включает в себя 3 таблицы (приложение 1, рис. 1):

- Criteria (Критерии), которая состоит из полей Kod_criteria (Код критерия) и Criteria_name (Название критерия);
- Marks (Оценки), которая состоит из полей Kod_bank (Код банка), Kod_criteria (Код критерия) и Mark (Оценка);
- Banks (Банки), которая состоит из полей Kod_bank (Код банка) и Bank_name (Название банка).

Данные таблиц Criteria (Критерии), Marks (Оценки) и Banks (Банки) изображены на рис. 2, 3 и 4 соответственно (приложения 2, 3, 4):

Разработанная методика выполняет 9 запросов, которые позволяют дать оценку банковских сайтов с точки зрения маркетинга:

1. Вывести список банковских сайтов, которые получили высшие оценки по критерию «Актуальность информации» (приложение 5, рис. 5).
2. Вывести список банковских сайтов, которые получили высшие оценки (приложение 6, рис. 6).
3. Вывести список банковских сайтов, которые получили максимальное количество высших оценок (приложение 7, рис. 7).
4. Вывести список банковских сайтов, которые получили минимальное количество высших оценок (приложение 8, рис. 8).
5. Вывести список банковских сайтов, которые получили максимальное количество низших оценок (приложение 9, рис. 9).
6. Вывести список критериев, по которым получено максимальное количество низших оценок (приложение 10, рис. 10).
7. Вывести список критериев, по которым получено максимальное количество высших оценок (приложение 11, рис. 11).
8. Вывести список банковских сайтов, которые получили максимальное количество положительных оценок (приложение 12, рис. 12).
9. Вывести список банковских сайтов, которые получили максимальное количество отрицательных оценок (приложение 13, рис. 13).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В нашей работе мы изучили основные понятия, связанные с банковским Интернет-маркетингом, и различные способы применения Интернет-маркетинга банками. Кроме того, в рамках научной работы была разработана методика оценки банковских сайтов с точки зрения маркетинговой концепции для 19 банков по шести различным критериям.

Для реализации методики была создана база данных, включающая в себя три таблицы: Criteria (Критерии), Marks (Оценки) и Banks (Банки). В результате разработанная методика выполняет 9 запросов, которые позволяют дать оценку банковских сайтов по шести критериям.

ЛИТЕРАТУРА

1. Байков В. Д. Интернет: поиск информации и продвижение сайтов – СПб.: «БХВ-Санкт-Петербург», 2008. – 288 с.
2. Халлиган Б. Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов [Текст] / Брайан Халлиган, Дхармеш Шах – М.: «Диалектика», 2010. – 256 с.
3. Голик В.С. Эффективность Интернет-маркетинга в бизнесе [Текст]. – М.: Дикта, 2008. – 196 с.
4. Блог про интернет-маркетинг. [Электронный ресурс].
<<http://blog.artus.ru/category/luchshij-sajt-banka-2006-g/>>

Приложение 1

База данных

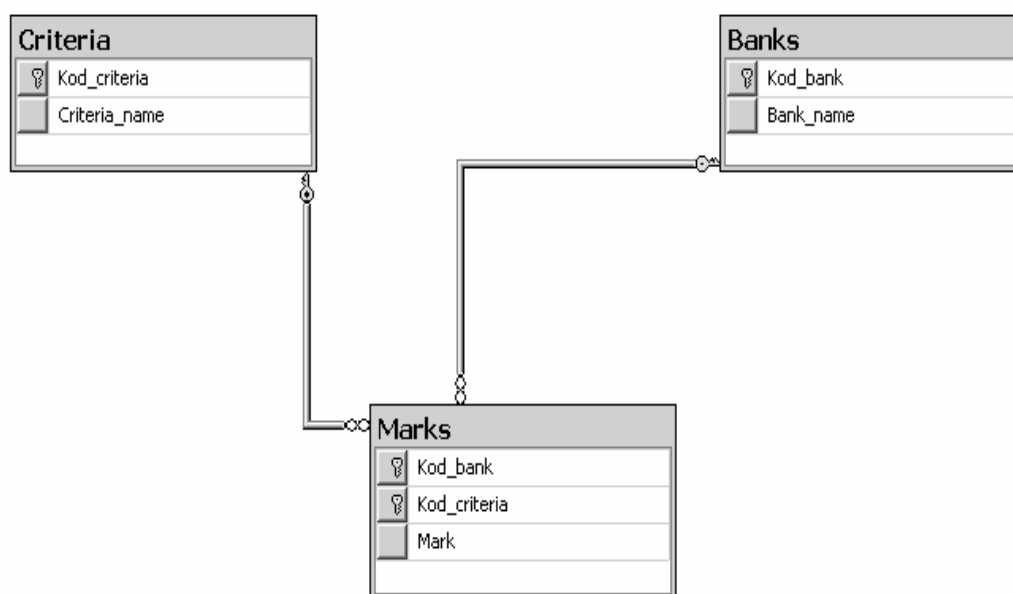


Таблица Criteria (Критерии)

APP\SQL2005.Ба...- dbo.Criteria		APP\SQL2005.Б...нг - dbo.Marks
	Kod_criteria	Criteria_name
▶	1	Актуальность информации
	2	Качество контента
	3	Концепция дизайна
	4	Реализация дизайна
	5	PR активность банка
	6	Широта охвата целевой аудитории
*	NULL	NULL

Таблица Marks (Оценки)

APP\SQL2005.Ба...- dbo.Criteria		APP\SQL2005.Б...нг - dbo.	
	Kod_bank	Kod_criteria	Mark
▶	1	1	-3
	1	2	3
	1	3	-2
	1	4	-4
	1	5	-4
	1	6	-2
	2	1	2
	2	2	-1

Таблица Banks (Банки)

	Kod_bank	Bank_name
▶	1	СБЕРБАНК
	2	ГАЗПРОМБАНК
	3	ВНЕШТОРГБАНК
	4	РАЙФФАЗЕНБАНК
	5	ЕВРОФИНАНС МОСНАРБАНК
	6	БАНК МОСКВЫ
	7	РОСБАНК
	8	ПЕТРОКОММЕРЦ
	9	КМБ-БАНК
	10	АЛЬФА-БАНК
	11	МБРР
	12	УРАЛСИБ
	13	ТРАНСКРЕДИТБАНК
	14	БАНК ЗЕНИТ
	15	СИБАКАДЕМБАНК
	16	БАНК "СЕВЕРНАЯ КАЗНА"
	17	ПРОМСВЯЗЬБАНК
	18	НОМОС-БАНК
	19	АК БАРС БАНК

Запрос 1

```

app\...\запро...ниаминаова.sql" APP\SQL2005.Б...HG - dbo.Banks APP\SQL2005.Ба...- dbo.Criteria
--1. Вывести список банковских сайтов, которые получили высшие оценки по критерию
--"Актуальность информации"
select Bank_name "Название банка"
from Banks, Criteria, Marks
where Banks.Kod_bank=Marks.Kod_bank
and Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark=4
and Criteria_name='Актуальность информации'

```

Результаты Сообщения

	Название банка
1	РАЙФФАЗЕНБАНК
2	АЛЬФА-БАНК
3	СИБАКАДЕМБАНК

Запрос 2

```

--2. Вывести список банковских сайтов, которые получили высшие оценки
select distinct Bank_name "Название банка"
from Banks, Criteria, Marks
where Banks.Kod_bank=Marks.Kod_bank
and Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark=4
    
```

	Название банка
1	АЛЬФА-БАНК
2	РАЙФФАЗЕНБАНК
3	СИБАКАДЕМБАНК

Запрос 3

```

--3. Вывести список банковских сайтов, которые получили максимальное
--количество высших оценок
select Bank_name "Название банка"
from Banks, Criteria, Marks
where Banks.Kod_bank=Marks.Kod_bank
and Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark=4
group by Bank_name
having count(Mark)>= ALL (select count(*) from Banks, Criteria, Marks
where Banks.Kod_bank=Marks.Kod_bank
and Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark=4
group by Bank_name)
    
```

	Название банка
1	АЛЬФА-БАНК

Запрос 4

```

--4. Вывести список банковских сайтов, которые получили минимальное
--количество высших оценок
select Bank_name "Название банка"
from Banks, Criteria, Marks
where Banks.Kod_bank=Marks.Kod_bank
and Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark=4
group by Bank_name
having count(Mark)<= ALL (select count(*) from Banks, Criteria, Marks
where Banks.Kod_bank=Marks.Kod_bank
and Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark=4
group by Bank_name)
    
```

	Название банка
1	РАЙФФАЗЕНБАНК
2	СИБАКАДЕМБАНК

Запрос 5

The screenshot shows a SQL query window with the following text:

```
--5. Вывести список банковских сайтов, которые получили максимальное
--количество низших оценок
select Bank_name "Название банка"
from Banks, Criteria, Marks
where Banks.Kod_bank=Marks.Kod_bank
and Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark=-4
group by Bank_name
having count(Mark)>= ALL (select count(*) from Banks, Criteria, Marks
where Banks.Kod_bank=Marks.Kod_bank
and Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark=-4
group by Bank_name)
```

Below the query window, the results are displayed in a table:

	Название банка
1	СБЕРБАНК

Запрос 6

The screenshot shows a SQL query window with the following text:

```
--6. Вывести список критериев, по которым получено максимальное
--количество низших оценок
select Criteria_name "Название критерия"
from Criteria, Marks
where Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark=-4
group by Criteria_name
having count(Mark)>= ALL (select count(*) from Criteria, Marks
where Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark=-4
group by Criteria_name)
```

Below the query window, the results are displayed in a table:

	Название критерия
1	PR активность банка
2	Реализация дизайна

Запрос 7

The screenshot shows a SQL query window with the following text:

```
--7. Вывести список критериев, по которым получено максимальное
--количество высших оценок
select Criteria_name "Название критерия"
from Criteria, Marks
where Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark=4
group by Criteria_name
having count(Mark)>= ALL (select count(*) from Criteria, Marks
where Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark=4
group by Criteria_name)
```

Below the query window, the results are displayed in a table:

	Название критерия
1	Актуальность информации

Запрос 8

```

--8. Вывести список банковских сайтов, которые получили максимальное
--количество положительных оценок
select Bank_name
from Banks, Criteria, Marks
where Banks.Kod_bank=Marks.Kod_bank
and Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark>=1
group by Bank_name
having count(Mark)>= ALL (select count(*) from Banks, Criteria, Marks
where Banks.Kod_bank=Marks.Kod_bank
and Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark>=1
group by Bank_name)
    
```

	Bank_name
1	АЛЬФА-БАНК
2	РАЙФФАЗЕНБАНК
3	СИБАКАДЕМБАНК
4	ТРАНСКРЕДИТБАНК
5	УРАЛСИБ

Запрос 9

```

--9. Вывести список банковских сайтов, которые получили максимальное
--количество отрицательных оценок
select Bank_name "Название банка"
from Banks, Criteria, Marks
where Banks.Kod_bank=Marks.Kod_bank
and Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark<=-1
group by Bank_name
having count(Mark)>= ALL (select count(*) from Banks, Criteria, Marks
where Banks.Kod_bank=Marks.Kod_bank
and Criteria.Kod_criteria=Marks.Kod_criteria and Mark<=-1
group by Bank_name)
    
```

	Название банка
1	КМБ-БАНК
2	СБЕРБАНК

Орлова А.В.

Россия, Санкт-Петербург

Санкт-Петербургский государственный университет
экономики и финансов

Абдалова Е.Б., к.э.н., доцент – научный руководитель

ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК БАЗОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОЗРАЧНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

ВВЕДЕНИЕ

Корпоративное управление в последние годы приобретает все большую значимость, поскольку оно не только становится ключом к пониманию компаний, но и индикатором для инвесторов. Мерилом качественного корпоративного управления является в числе прочего добровольное раскрытие информации. Информационная прозрачность компании позволяет снизить информационную асимметрию информации между агентами и принципалами (менеджерами и заинтересованными лицами). Нельзя не отметить роль Интернета, который облегчает и ускоряет процесс передачи информации от инсайдеров компании к стейкхолдерам. В этой связи представляется интересным и востребованным провести анализ качества корпоративного управления внутри российских компаний через призму такого критерия, как добровольное раскрытие информации на корпоративном сайте. С точки зрения теории, исследование такого рода будет способствовать пониманию роли и места информационной прозрачности компании в ее общей эффективности. С другой стороны, практическая значимость работы может состоять в получении представления о степени информационной прозрачности российских компаний.

В нашей работе мы поставили своей целью определение ключевых детерминант информационной прозрачности российских компаний. Объектом исследования являются российские компании – открытые акционерные общества как котируемые, так и некотируемые, ведущие свою деятельность в различных секторах экономики.

Основная задача – провести собственное исследование на предмет установления зависимости между факторами корпоративного управления и финансовой результативности и информационной прозрачностью компаний.

1. Выбор модели для проведения исследования

Для того чтобы исследовать влияние информационной прозрачности российских компаний на их финансовую результативность, было решено применить регрессионный анализ. Подобная методология используется в большинстве зарубежных исследований ([Bollen, Hassink, Bozic, 2006], [Liu, Eddie, 2007], [Gandi'a, 2008], [Cormier, Ledoux, Magnan, 2009]).

Выборка состоит из 64 компаний – российских открытых акционерных обществ (ОАО) как котируемых на российском и/или зарубежных фондовых рынках, так и некотируемых. При этом компании, листингуемые на биржах, составляют 21 % (14 компаний). Выборка была сформирована на основе компаний, которые приняли участие в «Исследовании особенностей корпоративного управления крупных компаний в Российской Федерации», проводившегося Высшей школой менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета в 2007 году при участии Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ). В процессе работы автором было обследовано порядка 80 корпоративных сайтов, на основе чего формировался индекс раскрытия информации для каждой компании.

Отраслевое распределение компаний выборки представлено на рис. 1.

Что касается географического распределения компаний, то в выборку вошли компании 13 регионов Российской Федерации, или 6 федеральных округов – по 12 компаний Центрального, Южного и Приволжского федеральных округов; 11 компаний Сибирского, 10 – Уральского и 7 – Северо-Западного федеральных округов. Среднее значение выручки для компаний выборки – 22,4 млрд руб.

Распределение компаний первой выборки по отраслям

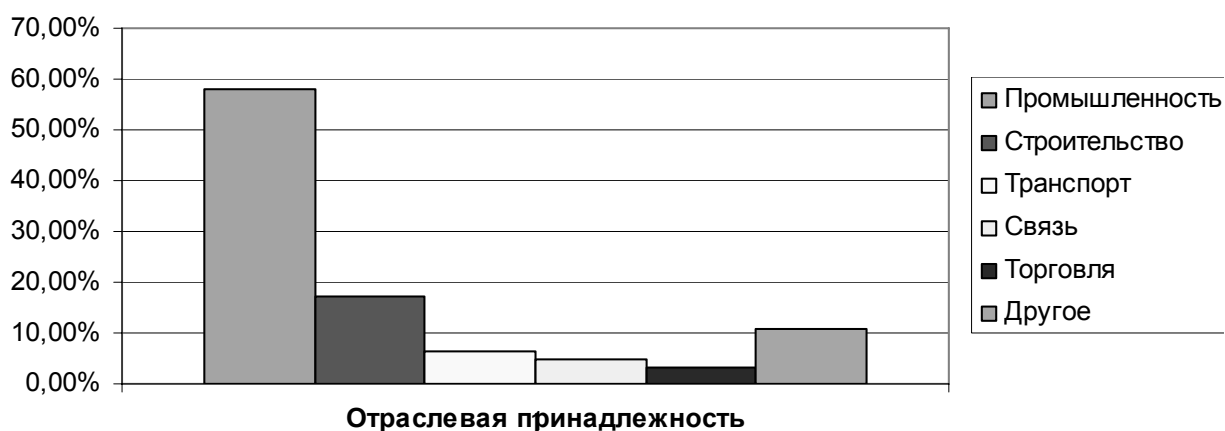


Рис. 1. Распределение компаний выборки по отраслям

Целью исследования является установление зависимости между информационной прозрачностью компаний, показателем которой в данном исследовании является индекс раскрытия информации, и финансовой результативностью компаний. Для целей исследования сформулированы следующие гипотезы.

Гипотеза 1. Рост индекса раскрытия информации положительно влияет на рентабельность продаж компании.

Гипотеза 2. Увеличение объема раскрываемой информации о корпоративном управлении на сайте компании положительно влияет на рентабельность продаж компании.

Гипотеза 3. Увеличение объема раскрываемой финансовой информации на сайте компании положительно влияет на рентабельность продаж компании.

Общий вид регрессионной модели:

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \dots + \beta_9 x_9 + \varepsilon, \quad (M1)$$

где x_1 – индекс раскрытия информации;

x_2 – коэффициент соотношения заемных и собственных средств;

x_3 – период оборота активов;

x_4, \dots, x_8 – отраслевая принадлежность компании;

x_9 – логарифм натуральных активов;

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_9$ – неизвестные параметры;

ε – случайная составляющая, характеризующая не учтенные в модели факторы. Для ε предполагается соблюдение условий Гаусса–Маркова.

В работе используются следующие независимые переменные:

➤ Степень информационной прозрачности компании, измеряемая индексом раскрытия. Фактор используется у [Cormier, Ledoux, Magnan, 2009], [Liu, Eddie, 2007], [Huafang, Jianguo, 2007], [Bollen, Hassink, Bozic, 2006], [Álvarez, Sánchez, Domínguez, 2008]. Индекс состоит из 22 показателей, отражающих раскрытие информации на корпоративном сайте компании по таким категориям, как информация об управлении (КУ), финансовая информация (ФИН), удобство просмотра в Интернете (ИНТЕРНЕТ), информация о деятельности компании (КОМПАНИЯ). Подробная структура индекса раскрытия указана в Приложении 1. Индекс раскрытия вычислялся как взвешенная сумма баллов, набранных каждой компанией по четырем категориям. Методика взвешенного индекса была применена в соответствии с [Bollen, Hassink, Bozic, 2006]. Согласно ей, каждая категория индекса раскрытия получала определенный вес в соответствии со

степенью важности для инвестора. Взвешенный индекс раскрытия рассчитывался по формуле:

$$\text{Индекс раскрытия}_{\text{взвеш.}} = 0,4 \times \text{КУ} + 0,3 \times \text{ФИН} + 0,15 \times \text{ИНТЕРНЕТ} + 0,15 \times \text{КОМПАНИЯ}$$

Следует отметить, что автором также рассматривались модели с применением невзвешенного индекса раскрытия информации. Однако модели, построенные на основе методики невзвешенного индекса, оказались незначимыми, поэтому были исключены из дальнейшего рассмотрения в модели.

➤ Структура капитала, характеризуемая коэффициентом соотношения заемных и собственных средств на 2007 г. Данные для каждой компании были получены из электронной базы данных СПАРК (Система профессионального анализа рынков и компаний). Фактор используется также у [Cormier, Ledoux, Magnan, 2009], [Bollen, Hassink, Bozic, 2006].

➤ Деловая активность, характеризуемая периодом оборота активов. Переменная вычисляется как соотношение 360 дней к периоду оборота активов компании на 2007 г. Данные для каждой компании были получены из электронной базы данных СПАРК.

В качестве контрольных переменных применялись:

➤ Отраслевая принадлежность компании (фактор применяется у [Liu, Eddie, 2007], [Huafang, Jianguo, 2007], [Bollen, Hassink, Bozic, 2006], [Álvarez, Sánchez, Domínguez, 2008]). Было выделено 8 переменных: промышленность, строительство, торговля, транспорт, связь, сфера услуг, сельское хозяйство и ЖКХ. Так как компании последних трех отраслей не присутствовали в выборке, то эти переменные были удалены из модели.

➤ Размер компании (фактор применяется у [Liu, Eddie, 2007], [Huafang, Jianguo, 2007], [Bollen, Hassink, Bozic, 2006], [Álvarez, Sánchez, Domínguez, 2008], [Cormier, Ledoux, Magnan, 2009]). В качестве прокси планировалось применять либо логарифм численности занятых, либо логарифм активов компании. В результате тестирования модели с применением логарифма численности занятых оказались незначимыми; было решено остановиться на логарифме активов. Переменная вычисляется как натуральный логарифм активов. Данные взяты из электронной базы данных СКРИН (Системы комплексного раскрытия информации).

Специфика модели состоит в том, что большинство компаний выборки не являются публичными, поэтому автор пришел к необходимости использования показателей, которые позволяли бы оценить стоимость непубличных компаний. В качестве зависимой переменной у первоначально ис-

пользовался показателем рентабельности собственного капитала (Return on Equity, ROE) аналогично [Ismail, 2002], [Bollen, Hassink, Bozic, 2006], [Liu, Eddie, 2007], [Gandía, 2008]. Однако модели с применением ROE получились незначимыми; было принято решение о применении в качестве результирующей переменной рентабельности продаж (Return on sales, ROS).

После выбора эконометрической модели дальнейшая работа связана с оцениванием неизвестных параметров этой модели и анализом ее адекватности эмпирическим данным. Данный анализ включает в себя проверку гипотез о значимости модели с использованием критерия Фишера, а также о значимости факторов, включенных в модель.

2. Проверка основных гипотез

Для дальнейшего анализа проведена статистическая проверка гипотез о значимости модели (M1). Для проверки значимости модели (M1) были выдвинуты следующие основная и альтернативная гипотезы:

$$H_o : \beta_1 = 0, \beta_2 = 0, \dots, \beta_{10} = 0;$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0, \beta_2 \neq 0, \dots, \beta_{10} \neq 0.$$

Для проверки основной гипотезы была вычислена выборочная статистика Z^* , значение которой указано в табл. 1 в столбце F-статистика. Граница критической области $K_2 = \text{FRACПРОБР}(0,05; 9; 64-10) = 2,059$.

Таблица 1

Вывод итогов по модели (M1)

	Оценки параметров
У-пересечение	-0,361
Индекс раскрытия информации (x_1)	-0,0006
Долг/СК (x_2)	-0,003
Период оборота активов (x_3)	0,0016
Промышленность (x_4)	-0,002
Строительство (x_5)	-0,0208
Торговля (x_6)	-0,0003
Транспорт (x_7)	0,0319
Связь (x_8)	-0,0037
ln Активы (x_9)	0,023***
F-статистика (Z^*)	2,27
Граница критической области K_2	2,059
Коэффициент детерминации R^2	0,275
$\overline{R^2}_{\text{нормир}}$	0,154

***Фактор значим на уровне 0,01.

Как видно из табл. 1, значение выборочной статистики $Z^* > K_2$, поэтому принимается альтернативная гипотеза и делается вывод о статистической значимости модели (M1). На 27,5 % изменение результирующей переменной может быть объяснено за счет линейной регрессии. Все факторы в модели (M1), кроме размера компании, прокси которого является размер активов, незначимы для модели. Таким образом, гипотеза 1 отвергается, что означает, что рост индекса раскрытия информации не оказывает влияния на рентабельность продаж компании. Коэффициент $b_9 = 0,023$ положителен, соответственно можно сделать вывод, что увеличение размера компании влечет за собой увеличение рентабельности продаж. Однако $b_9 < 1$, поэтому при увеличении размера компании произойдет незначительное увеличение рентабельности продаж.

Для проверки гипотезы 2 модель была несколько видоизменена – вместо индекса раскрытия использовалась сумма баллов, набранная каждой компанией по категории КУ, отражающей наличие информации по корпоративному управлению. Для упрощения данная модель обозначена M2.

Информация по модели (M2) приведена в табл. 2. Значение границы критической области K_2 остается неизменным.

Таблица 2

Вывод итогов по модели (M2)

	Оценки параметров
У-пересечение	-0,393
КУ (x_1)	-0,009
Долг/СК (x_2)	-0,0038
Период оборота активов (x_3)	-0,0005
Промышленность (x_4)	-0,004
Строительство (x_5)	-0,027
Торговля (x_6)	-0,0005
Транспорт (x_7)	0,037
Связь (x_8)	-0,0025
ln Активы (x_9)	0,027**
F-статистика (Z^*)	2,352
Граница критической области K_2	2,059
Коэффициент детерминации R^2	0,282
$\overline{R^2}_{\text{нормир}}$	0,162

**Фактор значим на уровне 0,01.

Как видно из таблицы, значение выборочной статистики $Z^* > K_2$, поэтому принимается альтернативная гипотеза и делается вывод о статистической значимости модели (M2). На 28,2 % изменение результирующей переменной может быть объяснено за счет линейной регрессии. Все факторы в модели (M2), кроме размера активов, незначимы для модели. Таким образом, гипотеза 2 также отвергается, что означает, что увеличение раскрытия информации о корпоративном управлении на сайте компании не оказывает влияния на рентабельность продаж компании. Коэффициент $b_9 = 0,027$ положителен, соответственно можно сделать вывод, что увеличение размера компании влечет за собой увеличение рентабельности продаж. Однако $b_9 < 1$, поэтому при увеличении размера компании произойдет незначительное увеличение рентабельности продаж.

Для проверки гипотезы 3 в модели использовались только те показатели индекса раскрытия, которые относятся к категории ФИН и характеризуют наличие финансовой информации на сайте компании. Для упрощения данная модель обозначена M3.

Информация по модели (M3) приведена в табл. 3. Значение границы критической области K_2 остается неизменным.

Таблица 3

Вывод итогов по модели (M3)

	Оценки параметров
У-пересечение	-0,367
ФИН (x_1)	0,0116
Долг/СК (x_2)	-0,002
Период оборота активов (x_3)	0,005
Промышленность (x_4)	0,001
Строительство (x_5)	-0,0102
Торговля (x_6)	0,002
Транспорт (x_7)	0,0309
Связь (x_8)	-0,003
ln Активы (x_9)	0,021**
F-статистика (Z^*)	2,39
Граница критической области K_2	2,059
Коэффициент детерминации R^2	0,285
$\overline{R^2}_{нормир}$	0,165

**Фактор значим на уровне 0,01.

Как видно из табл. 3, значение выборочной статистики $Z^* > K_2$, поэтому принимается альтернативная гипотеза и делается вывод о статисти-

ческой значимости модели (М3). На 28,5 % изменение результирующей переменной может быть объяснено за счет линейной регрессии. Все факторы в модели (М3), кроме размера активов, незначимы для модели. Таким образом, гипотеза 3 также отвергается, что означает, что увеличение раскрытия финансовой информации на сайте компании не оказывает влияния на рентабельность продаж компании. Коэффициент $b_9 = 0,021$ положителен, откуда можно сделать вывод, что увеличение размера компании влечет за собой увеличение рентабельности продаж. Однако $b_9 < 1$, поэтому при увеличении размера компании произойдет незначительное увеличение рентабельности продаж.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе были представлены результаты эмпирического исследования, посвященного установлению наличия и характера связи между информационной прозрачностью российских компаний и их финансовой результативностью, а также установлению ключевых детерминант, оказывающих влияние на информационную прозрачность российских компаний. Полученные результаты соответствуют результатам зарубежных исследований.

В результате проведения исследования не было установлено взаимосвязи между ростом индекса раскрытия информации, увеличением объема раскрываемой информации о корпоративном управлении, либо финансовой информации и рентабельностью продаж компаний. На взгляд автора, в первую очередь данный факт объясняется особенностями формирования выборки компаний, в частности, преобладанием компаний, чьи акции не котируются на фондовых биржах. Однако нельзя не отметить соответствие полученных результатов тем выводам, к которым пришли и авторы зарубежных эмпирических исследований.

Вопрос взаимосвязи информационной прозрачности и финансовой результативности, с одной стороны, является весьма актуальным и вызывает значительный интерес у зарубежных исследователей, что подтверждается наличием достаточно большого количества эмпирических исследований в данной области. С другой стороны, для российского рынка тема информационной прозрачности не является раскрытой. Кроме того, отечественные компании в целом характеризуются достаточно высокой степенью непрозрачности. Именно по этой причине данная работа основана в первую очередь на применении зарубежного опыта, однако при по-

строении индекса раскрытия, а также при выборе факторов для моделей автор стремился учитывать и российскую специфику. Таким образом, работа может представлять интерес с точки зрения адаптации иностранных эмпирических исследований к современным российским реалиям.

Направление дальнейших исследований может быть связано с включением в выборку только котируемых компаний, к тому же ведущих деятельность на зарубежных рынках, а также с более выверенным построением индекса раскрытия, учитывающим комплексное раскрытие информации эмитентами через различные источники либо увеличение числа показателей, входящих в индекс раскрытия.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Álvarez, I. G.* Voluntary and compulsory information disclosed online: The effect of industry concentration and other explanatory factors / I.G. Álvarez, I.M. Sánchez, L.R. Domínguez // Online Information Review. – 2008. – Vol. 32, Issue 5. – Emerald Group Publishing Limited. [Электронный ресурс]. <www.emeraldinsight.com>

2. *Boesso G.* Drivers of corporate voluntary disclosure: a framework and empirical evidence from Italy and the United States // G. Boesso, K. Kumar // Accounting, Auditing & Accountability Journal. – 2007. – Vol. 20, Issue 2. – Emerald Group Publishing Limited. [Электронный ресурс]. <www.emeraldinsight.com>

3. *Bollen L.* Measuring and explaining the quality of Internet investor relations activities: a multinational empirical analysis / L.Bollen, H. Hassink, G. Bozic // International Journal of Accounting Information Systems. – 2006. – Vol. 7. – Elsevier B.V., 2005. [Электронный ресурс]. <<http://www.sciencedirect.com>>

4. *Chow C.W.* Voluntary financial disclosure by Mexican Corporations / C.W. Chow, A. Wong-Boren // Accounting Review. – 1987. – Vol. 62, Issue 3. – Emerald Group Publishing Limited. [Электронный ресурс]. <www.emeraldinsight.com>

5. *Cooke T.E.* The effect of size, stock market listing and industry type on disclosure in the annual reports of Japanese listed corporations / T.E. Cooke // Accounting & Business Research. – 1992. – Vol. 22, Issue 87. – Emerald Group Publishing Limited. [Электронный ресурс]. <www.emeraldinsight.com>

6. *Cormier D.* The use of Web sites as a disclosure platform for corporate performance / D. Cormier, M. Ledoux, M. Magnan // International Journal of Accounting Information Systems. – 2009. – Vol. 10. – Elsevier B.V., 2005. [Электронный ресурс]. <<http://www.sciencedirect.com>>

7. *Fan Z.* Corporate Competitive Strategy and Voluntary Disclosure / Z. Fan, L. Wang, J. Zhang // Social Science Electronic Publishing, Inc. [Электронный ресурс]. <<http://www.ssrn.com/>>

8. *Firth M.A.* The effect of size, stock market listings, and auditors on voluntary disclosure in corporate annual reports / M.A. Firth // Accounting & Business Research. – 1979. – Vol. 9, Issue 36. – Emerald Group Publishing Limited. [Электронный ресурс]. <www.emeraldinsight.com>

9. *Gandía J.* Determinants of internet-based corporate governance disclosure by Spanish listed companies / J. Gandía // *Online Information Review*. – 2008. – Vol. 32, Issue 6 – Emerald Group Publishing Limited. [Электронный ресурс]. <www.emeraldinsight.com>

10. *Huafang X.* Ownership structure, board composition and corporate voluntary disclosure. Evidence from listed companies in China / X. Huafang, Y. Jianguo // *Managerial Auditing Journal*. – 2007. – Vol. 22, Issue 6. – Emerald Group Publishing Limited. [Электронный ресурс]. <www.emeraldinsight.com>

11. *Liu J.* Determinants of disclosures of A-, B- and H-share companies / J. Liu, I.A. Eddie // *Asian Review of Accounting*. – 2007. – Vol. 15, Issue 1. – Emerald Group Publishing Limited. [Электронный ресурс]. <www.emeraldinsight.com>

12. *Silva W.M.* The Voluntary Disclosure of Financial Information on the Internet and the Firm Value Effect in Companies across Latin America / W.M. da Silva, L.A. de Lira Alves // *Social Science Electronic Publishing, Inc.* [Электронный ресурс]. <<http://www.ssrn.com/>>

Приложение 1

Структура индекса раскрытия информации

Показатель	Измерение
Категория 1. Информация об управлении	
Сведения о совете директоров.	1, если присутствует информация о составе СД и должностях, занимаемых его членами; ½, если присутствует не вся информация; 0 в ином случае.
Информация о независимых директорах.	1, если есть указание на независимость директоров; 0 в ином случае.
Информация о комитетах Совета Директоров.	1, если перечислены комитеты СД и их функции; ½, если присутствует не вся информация; 0 в ином случае.
Информация по вознаграждениям директорам и высшему менеджменту.	1, если присутствует информация по вознаграждениям директорам и высшему менеджменту; ½, если присутствует не вся информация; 0 в ином случае.
Сведения о составе и членах Правления.	1, если есть сведения о составе Правления и занимаемых его членами должностях; ½, если присутствует не вся информация; 0 в ином случае.
Информация о структуре акционерного капитала.	1, если перечислены основные собственники компании; ½, если указаны только номинальные держатели либо указана не вся информация; 0 в ином случае.
Информация об аффилированных лицах.	1, при наличии информации об аффилированных лицах; 0 в ином случае.
Наличие информации о последнем собрании акционеров	1, если есть указание на дату проведения последнего собрания акционеров и указаны решения, принятые на последнем собрании; ½, если указана не вся информация; 0 в ином случае

<p>Раскрытие информации об управлении на корпоративном сайте.</p> <p>КУ</p>	<p>1, если вся информация данной категории доступна на корпоративном сайте; 1/2, если часть информации доступна на корпоративном сайте; 0, если информация отсутствует на корпоративном сайте.</p> <p>Сумма баллов, набранных по предыдущим 9 показателям</p>
<p>Категория 2. Финансовая информация</p> <p>Наличие годовой финансовой отчетности за последние 3 года.</p> <p>Наличие квартальных отчетов за последний год.</p> <p>Информация по дивидендной политике.</p> <p>Информация о кредитной истории эмитента.</p> <p>Информация о прочих ценных бумагах.</p> <p>Информация об аудиторах.</p> <p>ФИН</p>	<p>1, если присутствуют бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, отчет об изменениях капитала за последние 3 года; 1/3, если присутствует вся отчетность только за один год либо часть отчетности за последние 2 года; 2/3, если присутствует вся отчетность за 2 последних года; 1/6, если есть бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках за один год; 0 в ином случае.</p> <p>1, если присутствуют квартальные отчеты за 2007 год; 1/4, если присутствует отчет только за один квартал; 1/2, если есть отчеты за два квартала; 3/4, если представлены отчеты за три квартала; 0 в ином случае.</p> <p>1, если прописана дивидендная политика компании; 0 в ином случае.</p> <p>1, если описана кредитная история эмитента; 0 в ином случае.</p> <p>1, если указаны иные ценные бумаги компании; 0 в ином случае.</p> <p>1, если указаны аудиторы компании; 0 в ином случае.</p> <p>Сумма баллов, набранных по предыдущим 6 показателям</p>
<p>Категория 3. Удобство просмотра в Интернете</p>	
<p>Удобство работы с сайтом компании.</p>	<p>1, если выполнены все требования к данному показателю¹; 1/4, если выполнено любое из требований; 1/2, если выполнены любые два требования; 3/4, если выполнены любые три требования; 0 в ином случае.</p>

¹ В качестве требований к данному показателю выделяются: удобство просмотра документов; возможность перехода по ссылкам (все ссылки активны); доступ к информации на сайте (финансовая отчетность представлена на этом же сайте, нет необходимости выискивать «еще один» сайт, используемый эмитентом для раскрытия информации); наличие отдельного раздела по работе с инвесторами/корпоративному управлению.

<p>Сервис «вопрос – ответ».</p> <p>Обновляемый финансовый календарь.</p> <p>ИНТЕРНЕТ</p>	<p>1, если есть возможность отправить вопрос в отдел по работе с инвесторами либо наличествует сервис «Часто задаваемых вопросов» (FAQ); 0 в ином случае.</p> <p>1, если присутствует обновляемый календарь событий (календарь инвестора); ½, если календарь не обновляемый; 0 в ином случае.</p> <p>Сумма баллов, набранных по предыдущим 3 показателям</p>
<p>Категория 4. Информация о деятельности компании</p> <p>Наличие годового отчета</p> <p>Раскрытие отчетов, касающихся корпоративной социальной ответственности.</p> <p>Наличие информации о реструктуризации и иных существенных фактах.</p> <p>Наличие доступа к Уставу.</p> <p>КОМПАНИЯ.</p> <p>Индекс раскрытия информации</p>	<p>1, если присутствуют годовые отчеты за последние 3 года; 1/3, если присутствует только годовой отчет за последний год; 2/3, если присутствуют отчеты за 2 последних года; 0 в ином случае.</p> <p>1, если прописаны положения кодекса деловой этики, политика в отношении окружающей среды, иные общественные обязательства; ½, если информация присутствует частично; 0 в ином случае.</p> <p>1, если присутствует информация о реструктуризации или иных существенных фактах; ½, если информация присутствует частично; 0 в ином случае.</p> <p>1, если наличествует Устав компании; 0 в ином случае.</p> <p>Сумма баллов, набранных по предыдущим 4 показателям.</p> <p>Сумма баллов, набранная компанией по всем четырем категориям</p>

Рыжкова Е.М.

Россия, Санкт-Петербург

Международный банковский институт

Артемьева И.Н., к.ф.н., доцент – научный руководитель

LA COOPERATION ECONOMIQUE FRANCO–RUSSE DANS LE CADRE DE L’ANNEE CROISEE 2010

Introduction

L'actualité du sujet donné est évidente: comme le montrent les faits, la coopération économique franco-russe se développe d'une année à l'autre.

L'objectif de cet ouvrage est d'analyser les nouvelles tendances, les nouvelles acquisitions et problèmes survenus la dernière année, année croisée France-Russie 2010.

L'année 2010 a vu, malgré la crise économique persistante, une progression des investissements français en Russie: la France est ainsi montée du 9-e au 5-e rang parmi les partenaires commerciaux de la Russie.

Le dialogue politique et culturel entre deux grandes puissances européennes, particulièrement à l'honneur en cette Année croisée de la France en Russie et de la Russie en France, se traduit donc également par de belles avancées économiques.

Grâce aux grands projets bilatéraux, l'image de la Russie évolue: on découvre avec intérêt un pays qui se modernise, développe ses infrastructures, investit dans le secteur public, améliore le niveau de vie de sa population.

Parallèlement, la France fait mieux connaître, à côté de ses destinations touristiques et de son art de vivre, son potentiel d'investissement encore largement sous-exploité par les entrepreneurs russes.

C'est pourquoi, le but principal du travail consiste en généralisation des résultats des aspects principaux de la coopération économique entre nos deux grands pays.

1. Le chapitre I. Les analyses des responsables politiques

1.1. Coopérations franco-russes (l'attitude de la France)

Aujourd'hui, la France fait partie des tous premiers investisseurs en Russie.

Pour continuer à avancer, il est nécessaire de fixer le partenariat économique dans les domaines traditionnels, où il déjà est établi en effet (l'énergie, les infrastructures, l'aéronautique, la construction navale) ainsi que di-

versifier les relations bilatérales économiques, par voie de l'encouragement des investissements dans les nouveaux secteurs mutuellement avantageux pour deux pays : la santé, l'innovation ou les technologies vertes, par exemple.

Le but important, comme marque Mme Lagarde (ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi), est aussi l'augmentation des investissements russes à la France, au lien avec l'agence Invest in France.

La France joue un grand rôle dans la modernisation de l'économie russe. L'offre française en Russie est particulièrement bien positionnée en matière spatiale et aérospatiale, de produits pharmaceutiques, cosmétiques et chimiques.

La France ne se contente pas cependant d'exporter en Russie des industries, à forte valeur ajoutée, elle participe déjà à la modernisation de l'économie russe.

Comme le constatait Mme Lagarde, les relations économiques entre la France et la Russie changent: «nous sommes passés d'une simple relation de client à fournisseur, à une véritable relation de partenariat, où chacune des deux parties tire profit des compétences de l'autre pour mener des projets industriels de grande envergure».

Les partenariats industriels, conclus dans les domaines de l'automobile ou de l'aéronautique, par exemple, permettent à entreprises de mettre en commun leurs compétences pour des projets particulièrement prometteurs. L'avion régional Superjet 100, qui a été l'une des sensations du dernier Salon du Bourget, est ainsi équipé, en partenariat, par des industriels français et russes. L'expertise française en matière d'aménagement du territoire, et singulièrement de transports, est particulièrement développée. L'un des avantages comparatifs de nos industriels, au-delà de leur savoir-faire technique, réside dans leur capacité à monter des projets sous forme de partenariat public-privé, et à présenter ainsi des solutions de financement pour la modernisation des infrastructures russes. La construction par le groupe Vinci du premier tronçon de l'autoroute Moscou - Saint-Pétersbourg est à ce titre un projet emblématique.

1.2. Coopérations franco-russes (l'attitude de la Russie)

Aujourd'hui, les échanges franco-russes ont atteint une telle indépendance et une telle importance qu'elles sont devenues un facteur de la politique européenne, et même mondiale.

Jusqu'à présent, les investissements français vers la Russie ont dominé: multipliés par huit au cours des cinq dernières années, ils dépassaient, en mars 2010, les huit milliards de dollars, dont deux milliards d'investissements directs.

La France est l'un de nos partenaires principaux derrière les Pays-Bas, l'Allemagne et la Grande-Bretagne mais devant les États-Unis.

Dans le même temps, en 2009, comme constatait Zhukov (vice-Premier ministre russe et co-président, avec Christine Lagarde, du comité intergouvernemental franco-russe), «les entreprises russes n'ont investi, en France, que 400 millions de dollars environ. Le fossé est flagrant». Cela peut être lié à ce que les investisseurs russes n'ont encore pas compris, probablement, que le marché français pouvait servir à leurs intérêts.

Il faut bien comprendre que le marché russe commence tout juste à se développer «trans-nationalement», qu'il ne fait que ses premiers pas sur les marchés globaux, et ce pour de nombreuses raisons.

Dans tout les cas, le conseil franco-russe pour les questions économiques, financières, industrielles et commerciales, consacre aux investissements une attention toute particulière.

Nous avons un intérêt commun à la mise en place d'un processus réciproque et équilibré. Du côté russe, pour le moment, se fait tout le possible pour encourager les investissements français dans la Russie, en premier lieu, dans la sphère des hautes technologies, en supprimant, toutes les barrières qui les entravent.

En général, l'objectif principal de l'année de la Russie en France et de la France en Russie est d'amener les Français et les Russes à prendre pleinement conscience de tout ce qui unit leurs deux pays et de la nécessité de mieux se connaître pour développer activement les coopérations. L'Année croisée est un projet passionnant, c'est plus de quatre cents événements dans les domaines de la culture, de l'enseignement, du sport, des sciences ou de l'économie.

Les relations franco-russes ont toujours été – et resteront – stables. Comme constatait A.Zhukov, «la spécificité des relations économiques et commerciales entre nos deux pays tient à ce que nous parvenons précisément à collaborer dans des sphères qui, a priori, nous opposent, où nous sommes en concurrence, comme les domaines spatial, aéronautique, nucléaire ou agricole. Nous occupons des positions respectives fortes dans ces secteurs et, si les conflits d'intérêts sont inévitables, notre stratégie de collaboration consiste justement à trouver les niches dans lesquelles nous nous complétons, par exemple avec le projet «Union» (Soiouz) à Kourou. L'industrie internationale et la coopération scientifique et technique permettent plus d'innovation, et nos «atouts» sont en réalité communs».

Aujourd'hui, il ne suffit plus à une économie d'acquérir des produits modernes ou d'acheter les savoir faire correspondants pour être qualifiée d'inno-

vante. Il faut contrôler l'ensemble du mécanisme de production aboutissant à la mise sur le marché de produits innovants. La création de produits innovants de haute technologie est une constituante majeure de l'histoire des relations économiques franco-russes.

Par exemple, le projet de construction de l'avion Sukhoï Superjet 100, auquel les Français participent à 30%. Les fournisseurs de l'avion MC-21, produit également innovant, sont aussi français. Par ailleurs, la Russie s'intéresse non seulement à la politique d'innovation technologique française mais aussi aux institutions qui la rendent possible. Ce n'est pas un hasard si c'est à Sofia Antipolis, l'un des premiers technoparcs mondiaux, que s'est réuni, début juin, le groupe de travail franco-russe sur la coopération dans le domaine des innovations.

La France est prête à partager son expérience. Ainsi, la recherche de nouveaux partenariats franco-russes visant la modernisation de l'économie russe a été un des thèmes-clé du Forum économique de Saint-Pétersbourg.

1.3. La création de la chambre de commerce franco-russe

Comme on l'a déjà dit auparavant, l'année 2010 a vu, malgré la crise économique persistante, une progression des investissements français en Russie.

Le dialogue politique et culturel entre deux grandes puissances européennes, particulièrement à l'honneur en cette Armée croisée de la France en Russie et de la Russie en France, se traduit donc également par de belles avancées économiques.

Grâce aux grands projets binationaux, l'image de la Russie évolue : on découvre avec intérêt un pays qui se modernise, développe ses infrastructures, investit dans le secteur public, améliore le niveau de vie de sa population.

Parallèlement, la France fait mieux connaître, à côté de ses destinations touristiques et de son art de vivre, son potentiel d'investissement encore largement sous-exploité par les entrepreneurs russes.

Les deux coprésidents du Conseil franco-russe Economique, Financier, Industriel et Commercial (CEFIC), le ministre français de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi Christine Lagarde et le vice-Premier ministre russe Alexandre Joukov ont souhaité s'y exprimer à l'unisson.

Et comme pour sceller mieux encore ce mariage de cœur et de raison, nous avons justement saisi l'occasion de la présence conjointe des deux Prési-

dents, Dimitri Medvedev et Nicolas Sarkozy, au Forum économique international de Saint-Pétersbourg 2010, pour transformer notre Chambre de commerce et d'industrie française en Russie en Chambre de commerce et d'industrie franco-russe. Cela se fait pour le renforcement de l'intégration des participants français au milieu russe professionnel et les entreprises russes sur le marché français.

Avec la naissance d'une Chambre franco-russe se trouve parachevé un travail de longue haleine mené main dans la main avec le Mouvement des entreprises de France (MEDEF) et l'Union russe des industriels et entrepreneurs (RSPP). C'est également un défi ambitieux: construire dans la durée, au service des entreprises, un organisme permanent associant les décideurs économiques des deux pays. La relation économique franco-russe a désormais une adresse: celle de la Chambre de commerce et d'industrie franco-russe.

2. Le chapitre II. Certains problèmes dans la coopération

En octobre dernier, on s'en souvient, les relations d'amitié franco-russe antédiluviennes entre les actionnaires d'Avto-VAZ s'étaient brutalement dégradées. L'Etat russe, en la personne de son Premier ministre, s'était mis à parler le langage des oukazés: le constructeur français était sommé d'augmenter sa participation au capital d'un demi-milliard de dollars supplémentaires, sous peine de se voir prier de réduire fortement celle-ci en cas de refus. Et ce alors même que la part acquise moins d'un an plus tôt pour la modique somme d'un milliard était valorisée au sixième de sa valeur d'achat.

Le président de Renault, Carlos Ghosn, avait clairement signifié une fin de non-recevoir sans appel en refusant de rencontrer Vladimir Poutine lors du «séminaire franco-russe» de Rambouillet du 27 novembre. Mais l'amitié véritable fait fi des aléas du monde matériel. Pour preuve, Poutine vient de proposer à l'ami de toujours de briser la glace en participant avec son allié Nissan, co-financement à la clé, à la construction d'une usine en Extrême-Orient russe.

L'invitation s'inscrit dans le cadre du programme gouvernemental de revitalisation d'une région où l'assèchement du marché automobile et le retrait concomitant des réseaux de distribution sont devenus un problème structurel.

Marque de confiance, dans un contexte où le recours à des partenaires étrangers fiables est de rigueur pour stimuler la production locale. Ou mise à l'épreuve? Voire tractation?

Toujours est-il que l'actuel directeur général d'Avtoframos, Christian Estève, avait déjà fait savoir à la mi-janvier que Renault étudiait la possibilité d'implanter dans cette région une usine d'assemblage de voitures sur le principe d'intégration locale poussée dit «SKD» (Semi Knocked Down). Et que les manœuvres engagées par Renault à l'autre bout du territoire manifestent en tout cas que les sentiments sont toujours réciproques.

Ghosn a en effet rendu publique le 1^{er} mars, lors de sa venue à Moscou, l'ambition de Renault de devenir à terme «leader sur le marché russe», avec une part de marché globale de 40%, partenariats avec Nissan et AvtoVAZ compris.

Et ceci en poursuivant une stratégie gagnante d'implantation directe, et en faisant passer le «taux d'intégration locale» (de construction en Russie) de 44% à 75% d'ici deux ans.

Les nouvelles installations de l'usine d'Avtoframos qu'il est venu inaugurer à Moscou marquent un nouveau pas en avant avec un doublement de la capacité de production, de 80000 à 160000 unités par an.

Mais peut-être aussi un détour, avec le développement d'un projet parallèle à celui qui se trame sans fin du côté d'AvtoVAZ.

Pour Igor Tverdounov, directeur adjoint des éditions «Za Rouliom» (Au volant), il ne fait pas de doute que le piétinement du partenariat avec les investisseurs russes et les problèmes rencontrés à tous les niveaux du côté de Togliatti, du management aux méthodes de travail en passant par les technologies, sont largement à l'origine de la manœuvre.

Pikoulenko, observateur pour le secteur automobile à la radio Ekho Moskvyy, y voit un pas tactique complémentaire sur un segment de marché qui ne recoupe ni celui de Lada, ni celui de la Logan plus bas de gamme produite à Togliatti.

La Logan produite actuellement à Avtoframos, et à plus forte raison la Sandero dont la production démarrerait au 1-er mars et le Duster qui va faire son entrée en 2011, correspondent à une gamme de produits supérieure et à une autre cible en termes de milieux sociaux.

Quant au projet lui-même, les deux spécialistes le tiennent pour réaliste. L'objectif de vente de 160000 véhicules de marque Renault sur les années à venir peut être atteint, affirme Pikoulenko. A l'usine d'Avtoframos à Moscou, Renault continue à fabriquer des petites cylindrées à des prix accessibles aux masses, conformément aux choix qui y avaient été faits dès 1945. Les décideurs français ont donc conservé l'idéologie originelle. Et cela devrait leur réussir.

Renault a atteint un volume de ventes de plus de 53000 unités pour la seule Logan en 2009 (soit un recul de 27% «seulement» par rapport à 2008),

qui arrive devant la Ford Focus dans le segment des véhicules économiques (de 300 à 500000 roubles, par différence avec le segment très bon marché).

Le modèle de base de la Sandero sortira quant à lui à 319000 roubles. L'une et l'autre figurent dans la liste des véhicules entrant dans le programme de prime à la casse qui vient d'être mis en place. Logan est la moins chère du marché dans son créneau et on peut escompter une forte croissance des ventes de la Sandero, juge Tverdounov. Les entreprises qui, Renault en tête, ont fait le choix de rester malgré la crise sur ce marché au potentiel énorme tablent sur une reprise qui viendra tôt ou tard. Leur stratégie consiste à occuper dès aujourd'hui une position forte sur le marché; il ne fait pas de doute que ce choix est porteur de belles perspectives d'avenir en termes de parts de marché.

Avec un taux de motorisation de 230 véhicules pour 1000 habitants contre 600 en Europe occidentale, les Russes sont a priori de bons consommateurs potentiels. Si l'on ajoute que les estimations en termes de volume global de ventes en 2014 pour le marché russe sont de 3 millions (JATO Dynamics) pour la plus haute, et 2,1 pour la plus basse (AT Kearney), les prévisions de Renault restent modestes: soustraction faite de la part d'AvtoVAZ que le plan actuel fixe à un niveau stabilisé de 25% (près de 24% en 2009), l'objectif de 40% de parts de marché laisse supposer que Ghosn a tablé sur le scénario le plus pessimiste. Les 15% – ou plutôt 14% – restants seraient répartis à égalité entre Renault et Nissan, selon un cadre dirigeant de Nissan.

Mais la question demeure: que faire d'AvtoVAZ?

AvtoVAZ, c'est la pierre de touche pour les deux parties. «Carlos Ghosn a accumulé plus de pertes que de gains jusqu'ici, et son image de meilleur manager anti-crise de la planète est plutôt écornée», – estime Pikoulenko.

Quant au gouvernement russe, il est «conscient que l'acquisition par Renault est l'unique chance de sauvetage». Mais pour Renault, ajoute-t-il, «AvtoVAZ risque de devenir le poids qui va noyer la bouée». Ce fin connaisseur de l'histoire de Renault en Russie est en effet loin de considérer, comme c'est le cas de Tverdounov, que «les intérêts des deux entreprises ne coïncident pas».

Si le destin des deux entreprises, au contraire, est commun pour le meilleur et pour le pire, c'est parce qu' «elles partagent la même idéologie, sont un patrimoine national pour leurs pays d'origine respectifs et font toutes deux des dépenses pas toujours justifiées...»

Là où Tverdounov préfère dresser l'état des lieux en 2010, Pikoulenko est enclin à emprunter le détour de l'histoire. Pour le premier, le fait que la privatisation de Renault ait été entamée il y a plus de 15 ans, tandis qu'AvtoVAZ, tou-

jours sous contrôle de l'Etat, reste «une entreprise plus soviétique que russe», est une cause fondamentale d'incompatibilité des deux systèmes de décision.

Le second objecte que «le lien avec l'Etat-soutien est le même de part et d'autre: Peugeot et Citroën peuvent couler, mais si les choses tournaient mal, Renault serait renationalisé. S'ajoute à cela la présence de syndicats forts». Pikoulenko a le bénéfice du recul: «Je connais Renault depuis la construction de la première usine commune Moskvitch à Moscou. Le PCF et la CGT étaient tout-puissants, et remplis d'amour pour le PCUS. Les ouvriers français sont venus sur place former les ouvriers soviétiques. Aujourd'hui comme hier, une même idéologie interne règne ici et là, et même si les niveaux les plus élevés de décision fonctionnent différemment, ils prennent les décisions en fonction d'un même contenu idéologique: même sur la question des bonus, le groupe des top managers d'AvtoVAZ et Carlos Ghosn et ses conseillers sont d'accord. En outre, Christian Estève n'a pas été nommé par hasard en Russie: c'est un excellent manager qui connaît le terrain, et plus stratège que son prédécesseur. Quant à Igor Komarov, l'actuel président d'AvtoVAZ, ce n'est plus un directeur de la production mais un businessman: il appartient à la nouvelle génération qui a renoncé au traitement des aspects sociaux et n'hésite pas à licencier massivement».

On en vient à se demander ce qui explique l'incapacité où se trouvent les parties prenantes à trouver un accord sur le plan de sauvetage de cette entreprise en faillite latente depuis le début de la crise.

«Au niveau inférieur, entre ingénieurs, tout se passe bien, poursuit Pikoulenko. C'est au niveau supérieur que la situation est bloquée, et il n'y a pas à en chercher très loin la raison. Tous les conflits se ramènent à des problèmes d'argent, et la seule vraie question, c'est: «qui va payer l'addition?»»

3. Le chapitre III. Les succès évidents dans la coopération

3.1. Safran

Safran est un groupe international de haute technologie dont l'expertise s'exerce dans trois domaines d'activités: l'Aérospatial, la Défense et la Sécurité.

Le Groupe emploie 54, 900 personnes dans plus de 50 pays et a réalisé en 2009 un chiffre d'affaires de 10, 4 milliards d'euros.

Le marché russe représente à la fois un marché pour l'ensemble des produits du Groupe, comme le prouvent réalisations, mais aussi des compétences, également réparties sur l'ensemble de domaines d'activités. Il ne s'agit pas seulement de l'aéronautique, domaine d'excellence traditionnel dans lequel la

Russie effectue un retour annoncé et soutenu au plus haut niveau de l'Etat, mais aussi de nombreux autres domaines des hautes technologies.

Enfin, et c'est essentiel, la compagnie constate des améliorations notables dans les conditions nécessaires au co-investissement, c'est-à-dire des structures industrielles viables et les moyens pour les financer.

Tout cela conforte l'entreprise dans la stratégie conduite jusqu'à ce jour par Safran en Russie, celle du partenariat industriel.

Nous marquerons, que le groupe Safran est présent en Russie sur l'ensemble de ses trois domaines d'activité: l'Aérospatial, la Défense et la Sécurité.

Il est présent en Russie et dans la Communauté des Etats Indépendants (CEI), au travers de 4 joint-ventures et 3 filiales.

Cela représente au total 450 personnes, qui se répartissent dans bureaux, centres scientifiques ou usines de Moscou, Rybinsk, Zelenograd ou encore Komsomolsk sur Amour.

Depuis 2001, le Groupe a mobilisé plusieurs de ses sociétés autour de l'avionneur Sukhoï pour mettre au point le Superjet 100, un avion qui permet aujourd'hui à la Russie de revenir au premier rang des grands constructeurs aéronautiques mondiaux.

Dans ce cadre Snecma et Saturn ont constitué un partenariat durable, dont le premier résultat est la motorisation de ce programme avion avec le moteur SaM 146, mais qui ne s'y limite pas puisque nous avons en commun un centre d'essai unique en Europe, un bureau d'étude, etc.

Depuis quelques années maintenant, nous avons pu constater les efforts entrepris en Russie pour remettre à neuf son industrie. Les restructurations récentes lui ont donné des moyens financiers à la hauteur de ses ambitions.

Le pays est vaste et son redressement économique qui lui vaut aujourd'hui d'être inclus dans le groupe «BRIC» est un signe fort pour les investisseurs étrangers.

Qu'il s'agisse de l'Aérospatial, de la Défense ou la Sécurité, la Russie possède aujourd'hui des compétences reconnues et régulièrement remises à niveau. Pour toutes ces raisons, le groupe Safran va continuer dans le futur à se développer en Russie.

3.2. *Orange*

La compagnie est présente en Russie sur le marché du business-to-business et fournissons leur clients en services de télécommunication et d'intégration, notamment les services managés, téléphonie fixe voix et données.

Cette position est héritée de l'histoire du développement de la compagnie sur le territoire de notre pays, où elle est assisté depuis 1958, d'abord à travers SITA, puis via Global One et Equant. Dans la marque «Orange» la compagnie opère depuis 2006.

Maintenant, la compagnie fournisse des multinationales implantées en Russie, mais elle travaille aussi pour de très nombreuses entreprises russes de toutes tailles – principalement de grandes entreprises internationales, mais également des petites et moyennes entreprises.

«Notre ambition en Russie, comme partout dans le monde, est de devenir la marque préférée des clients B2B. Nous nous différencions, en cela, de la concurrence, non seulement en fournissant les meilleurs services de connectivité, marché central pour la plupart des opérateurs russes, mais aussi en cherchant à livrer plus que de simples services de voix, internet et datas.

Par exemple, nous continuons à introduire des services managés: plutôt que notre client investisse dans des équipements et dans une équipe de spécialistes hautement qualifiés, en faisant appel à nous uniquement pour le transport de données et de voix, nous investissons nous-même dans l'équipement et mettons à sa disposition des solutions entièrement gérées par Orange», – communique Christophe Joanblanq (directeur général, Orange services aux entreprises Russie et CEI).

À son avis, «il n'existe pas de technologie développée ailleurs que la Russie ne puisse pas utiliser». Ils offrent déjà en Russie plus de 100 produits et services et ils prévoient d'en importer d'autres, issus du catalogue global d'Orange, de la manière la plus efficace possible.

La compagnie va également lancer en Russie le système Cisco Telepresence, pour lequel Orange Business Services est le premier distributeur dans le monde, et elle veulent, aussi, être les premiers en Russie. Enfin, «nous adopterons des solutions globales et développerons nos propres solutions dans le domaine du Cloud Computing étant donné que notre réseau cloud est déjà opérationnel grâce à nos spécialistes et notre expertise dans ce domaine», – constatait Joanblanq.

3.3. *Coopération sans frontière*

Dans le secteur énergétique, la France et la Russie forment des alliances pour défendre leurs intérêts communs et mettent en place des partenariats mutuellement bénéfiques. Retour sur une longue amitié.

Total, compagnie pétrolière française, est présente en Sibérie depuis 1995 dans le PSA (*Production Sharing Agreement*) de Kharyaga. Le groupe détient aujourd'hui 40% des parts du projet, dont elle est l'opérateur. Ses partenaires sont le Norvégien Statoil, le Russe Za-rubezhneft (filiale de Gazprom implantée en Inde et au Vietnam) et l'entreprise pétrolière régionale des Nénètses. La participation dans ce projet a récemment permis à Total d'obtenir 25% de parts dans la joint venture créée pour exploiter le gisement géant de gaz naturel de Shtokman.

Les réserves du site, exploité conjointement par Total, Statoil et Gazprom, sont évaluées à 3 800 trillions de mètres cube de gaz naturel et 37 millions de tonnes de condensât, ce qui en fait l'un des plus grands champs gaziers du monde.

L'extraction du gaz de Shtokman devrait commencer à partir de 2015, pour être envoyé vers l'Europe via le gazoduc en cours de construction Nordstream, qui reliera Vyborg en Russie à Greifswald en Allemagne, en passant par les fonds de la mer Baltique. Cette source de gaz naturel représente non seulement de nouveaux profits pour Total, Gazprom et Statoil, mais garantit également une plus grande sécurité des approvisionnement pour l'Union Européenne, qui importe 25% de son gaz depuis la Russie. A l'origine, Shtokman devait être exploité pour les Etats-Unis, mais Gazprom, entreprise contrôlée par l'Etat russe, a finalement trouvé plus d'intérêt à travailler avec ses voisins européens.

Total n'est pas le seul à en tirer profit. Au printemps dernier, Gazprom et ENI, compagnie pétrolière italienne, ont intégré EDF, producteur d'électricité français, dans leur projet de gazoduc Southstream à hauteur de 20%.

Pour la Russie, coopérer avec des compagnies pétrolières nationales en s'appuyant sur les relations intergouvernementales est la façon la plus efficace de gagner une expérience et un savoir-faire précieux dans le domaine des nouvelles technologies indispensables à Gazprom pour exploiter l'arctique russe et gagner en crédibilité sur la scène internationale.

La Russie peut se targuer de posséder les plus grandes réserves de gaz du monde et dépasser en production journalière de pétrole l'Arabie Saoudite. Mais elle risque de voir sa production sévèrement décliner à partir de 2015 lorsque vont s'épuiser la plupart des champs qui alimentent actuellement l'Europe en

gaz. La seule façon pour la Russie d'éviter le déclin est de se moderniser, et vite. Et il en va de même dans le domaine pétrolier.

«Les gigantesques champs gaziers de Gazprom, Urengoy, Yamburg et Medvezhe sont relativement peu profonds (1000 mètres environ) et ne contiennent pratiquement que du méthane pur, ce qui rend le traitement du gaz plus facile» explique un ingénieur travaillant pour une compagnie pétrolière à Moscou. «Les nouveaux projets gaziers portent sur des terrains plus profonds et plus petits. Il faut des réservoirs complexes qui nécessitent des nouvelles technologies et les sites exploités sont lointains et privés d'infrastructures d'acheminement du gaz».

La Russie a besoin de technologies et l'Europe a besoin de gaz, lequel, d'après l'industrie pétrolière mondiale, est l'alternative la plus propre et la plus verte au pétrole.

La Russie doit également maîtriser les techniques et les technologies offshore pour développer ses ressources arctiques puisqu'on estime que les trois quarts des gisements d'hydrocarbures reposent dans les sous-sols marins au-delà du cercle polaire.

Les projets en haute mer sont si délicats à mener, surtout dans les conditions arctiques et en eaux profondes, que même les entreprises pétrolières les plus expérimentées comme Exxonmobil, BP ou Shell préfèrent les exploiter en formant des consortiums afin de partager les risques et les coûts.

En intégrant Total au projet Shtokman et, plus récemment, en considérant Total comme un partenaire potentiel pour ses projets dans la péninsule de Yamal, Gazprom invite l'entreprise française à prendre part à ses projets hors de Russie. Il y a un an, Pierre Nergararian, alors directeur de la filiale Total en Afrique, a déclaré à Reuters que Total était prêt à proposer à Gazprom de participer à ses projets internationaux, y compris en Afrique.

Total s'était servi de son projet Girassol, plateforme offshore en eaux profondes dans le Golfe de Guinée, au large des côtes de l'Angola, pour démontrer à Gazprom que son expertise lui était indispensable pour développer Shtokman.

Les réservoirs de Girassol sont, en effet, situés à 1300 mètres sous le plancher océanique, soit 1 400 mètres sous la surface de l'océan. A de telles profondeurs, la production est contrôlée à distance depuis une usine flottante de traitement du pétrole brut, c'est-à-dire un navire d'une longueur de trois terrains de football. Total a dirigé la construction de la FPSO (*Floating Production, Storage and Offloading*): unité flottante de production, de stockage et de déchargement), la plus grande jamais construite, et Gazprom, la plus grande entreprise

pétrolière du monde, souhaite à présent que Total lui fasse bénéficier de son savoir-faire.

Statoil, Esso, BP et la compagnie nationale pétrolière angolaise Sonangol participent également au projet Girassol, et comme Total, Statoil a été convié au projet Shtokman, grâce notamment aux bonnes relations intergouvernementales. Outre Girassol, Total est également impliqué dans l'exploitation des champs Dalia, Rosa et Pazflor en Angola, d'Elgin-Franklin dans la partie britannique de la mer du Nord, de Petro Cedeno au Venezuela, d'Akpo au large des côtes du Nigeria et de Moho-Bilondo au Congo. Les technologies ont été la clé de l'exploitation de ces champs et, bien évidemment, Gazprom ne serait pas opposé à l'idée d'y participer.

3.4. La BNP Paribas Vostok (Moscou peut devenir une capitale financière)

Parmi les banques françaises présentes en Russie, la BNP Paribas Vostok occupe une place très importante. Dans l'interview de son PDG Vincent Ollivier il est souligné que l'objectif principal consiste en création de la branche détail de la banque, qui pourrait concurrencer aujourd'hui les géants du secteur.

Les deux filières de la BNP en Russie, BNP Paribas Vostok et la branche de crédit à la consommation Cetelem, vont se développer très rapidement.

La première doit surtout optimiser son fonctionnement, alors que la seconde doit construire des partenariats avec les détaillants locaux et améliorer sa couverture du territoire russe.

«Les banques françaises sont prudentes dans leurs décisions, et traditionnellement réticentes à la prise de risque. C'est précisément la gestion de cette part de risque qui sera la clé de leur développement en Russie.

Le niveau de confiance des Russes envers les banques doit également augmenter, mais on peut déjà observer des évolutions positives dans des secteurs tels que l'assurance-dépôt, où les résultats sont excellents, analyse-t-il. C'est maintenant à nous de faire comprendre à nos clients que nous pouvons les aider efficacement. Ils doivent avoir le sentiment que la qualité du service correspond au prix qu'ils paient. La balle est donc dans notre camp».

Selon M. Ollivier, la tendance sur le marché bancaire russe est à la croissance, et Moscou pourrait bien devenir l'un des plus grands centres financiers européens. « On ne peut parler aujourd'hui de capitale financière unique en Europe. Plusieurs vont s'affirmer dans le futur proche, et Moscou, qui joue déjà un rôle de premier plan, pourrait bien devenir l'une d'entre elles».

«Plusieurs paramètres sont indispensables pour atteindre ce but» nous confie Ollivier. «Les entreprises doivent pouvoir appuyer leur développement sur des organisations telles que l'Association of Russian Banks, ainsi que compter sur la réactivité du pouvoir législatif.

Les commissions de la Douma ont un rôle prépondérant à jouer, et doivent mettre en place les conditions nécessaires à une croissance de la sphère financière».

Par ailleurs, aider les régions est crucial selon Ollivier. «L'écart entre Moscou et les autres régions s'est réduit ces dernières années, mais il existe toujours. La crise a débouché sur un retour en arrière du point de vue financier: de nombreux capitaux ont été rapatriés dans la capitale, et les grandes villes du pays ont vu leur développement économique freiné voire arrêté».

La banque BNP Paribas entretient une relation particulière avec le Nord de la France, explique M. Ollivier, revenant sur l'histoire de son entreprise. «Paribas, ça vient des Pays-Bas, du temps où la banque était une société publique avec une filiale en Hollande. Aujourd'hui, le mot Paribas fait partie de notre image de marque, depuis la privatisation en 1993».

Le secteur bancaire français entretient des relations de longue date avec la Russie, et BNP Paribas n'échappe pas à la règle.

Depuis la fin du XIX^{ème} siècle, France et Russie ont toujours eu des relations économiques «dynamiques», d'après M. Ollivier, et son employeur s'est implanté en Russie bien avant la Révolution.

«En 1974, malgré la Guerre Froide, la banque est revenue en Russie, pour contribuer aux relations d'Etat à Etat, racon-te-t-il. Elle était très active dans le commerce de blé, de céréales et de matières premières. Enfin, elle a obtenu sa licence bancaire russe en 2002».

La Russie est aujourd'hui une destination très attractive pour les banquiers tant du point de vue humain que professionnel.

Conclusion

En conclusion il serait intéressant de citer l'opinion de Karl Johansson (Managing Partner chez Ernst & Young CEI), qui a très favorablement apprécié les perspectives du développement économique franco-russe.

Abordant les réticences des investisseurs français à s'implanter en Russie, il a souligné que le principal obstacle est le manque de connaissance du pays.

De nombreux dirigeants de groupes de taille mondiale sont par défaut sceptiques sur la nécessité d'implanter leur activité et d'investir en Russie. C'est

pourquoi le meilleur moyen de les convaincre de l'attractivité du marché est de les mettre en contact avec des entreprises qui déjà réalisé des investissements dans le-pays.

C'est en partageant des expériences de réussite qu'ils peuvent se rendre compte au mieux des possibilités qui leur son offertes. L'année dernière, le Conseil Consultatif des Investissements Etrangers a interrogé un grand nombre de dirigeants d'entreprises étrangères opérant sur le marché russe. Les résultats ont montré qu'une écrasante majorité est satisfaite du développement de leur activité et des résultats obtenus.

La Russie est aujourd'hui un pays stable politiquement et économiquement. Les entreprises étrangères sont soumises à une législation conforme aux standards internationaux et qui ne diffèrent pas des pratiques observables sur les autres marchés. On peut encore être confronté à des problèmes de corruption, de lourdeur administrative ou à un manque d'infrastructures, mais le gouvernement a cerné ces problèmes et travaille à leur résolution.

Voilà quelles recommandations il donne aux chefs d'entreprises présentes en Russie à la sortie de la crise. Il est indéniable que les dirigeants vont être confrontés à de nouveaux défis et difficultés dans les années à venir, au niveau mondial comme en Russie. S'ils devaient principalement piloter la croissance continue de leur activité sur la période 2003–2008, les années 2010–2014 vont être très exigeantes en matière de gestion et de planification.

Une attention toute particulière devra être accordée à la productivité et à l'efficacité opérationnelle, à l'organisation de l'entreprise ou la planification du recrutement. Il faudra également mettre en place de nouvelles stratégies en accord avec la maison-mère, repenser les projets de développement dans les diverses régions russes, redéfinir la politique tarifaire et mettre en oeuvre des stratégies innovantes. Ces problématiques, parfois reléguées au second plan avant la crise, reviendront en tête des priorités. Il faudra, en réponse, apporter des solutions complexes et adaptées.

Les difficultés ne doivent pas occulter que la Russie est toujours un grand marché européen à forte croissance, qui doit être intégré à toute stratégie de développement dans la région. Il reste convaincu que si l'entreprise souhaite se développer en Europe, elle se doit d'inclure des projets en Russie.

Malgré tout la Russie reste un marché attrayant pour les entreprises étrangères. Elle présente un énorme potentiel de croissance, et figurera vraisemblablement parmi les plus grands marchés au monde dans un ou deux ans. Il suffit de prendre en compte les paramètres suivants:

1. Le marché russe est immense. Il possède de très grandes ressources et présente d'innombrables opportunités.

2. L'environnement professionnel est stable et compréhensible pour les investisseurs.

3. Le PIB par habitant équivaut à plusieurs fois celui de la Chine ou de l'Inde.

4. Les ventes par habitant des entreprises occidentales sont bien supérieures en Russie qu'en Chine ou en Inde.

5. Les marges réalisables en Russie sont élevées. Même en 2009, les entreprises industrielles et de biens de consommation ont affiché d'importants bénéfices.

6. Le système financier russe est stable. Les taux d'intérêt évoluent à la baisse, stimulant la croissance économique. Le secteur bancaire a de grandes réserves de liquidités à pourvoir. Les actions prises par le gouvernement russe, à l'instar des grandes puissances économiques, en automne 2008, se sont montrées efficaces : recapitalisation des banques, garantie des prêts et dépôts et injection de liquidités dans l'économie. La banque mondiale a félicité la gestion de la crise par le du gouvernement. Ces mesures ont permis d'enrayer la chute de l'économie russe.

7. Une situation géographique avantageuse et des infrastructures en plein développement.

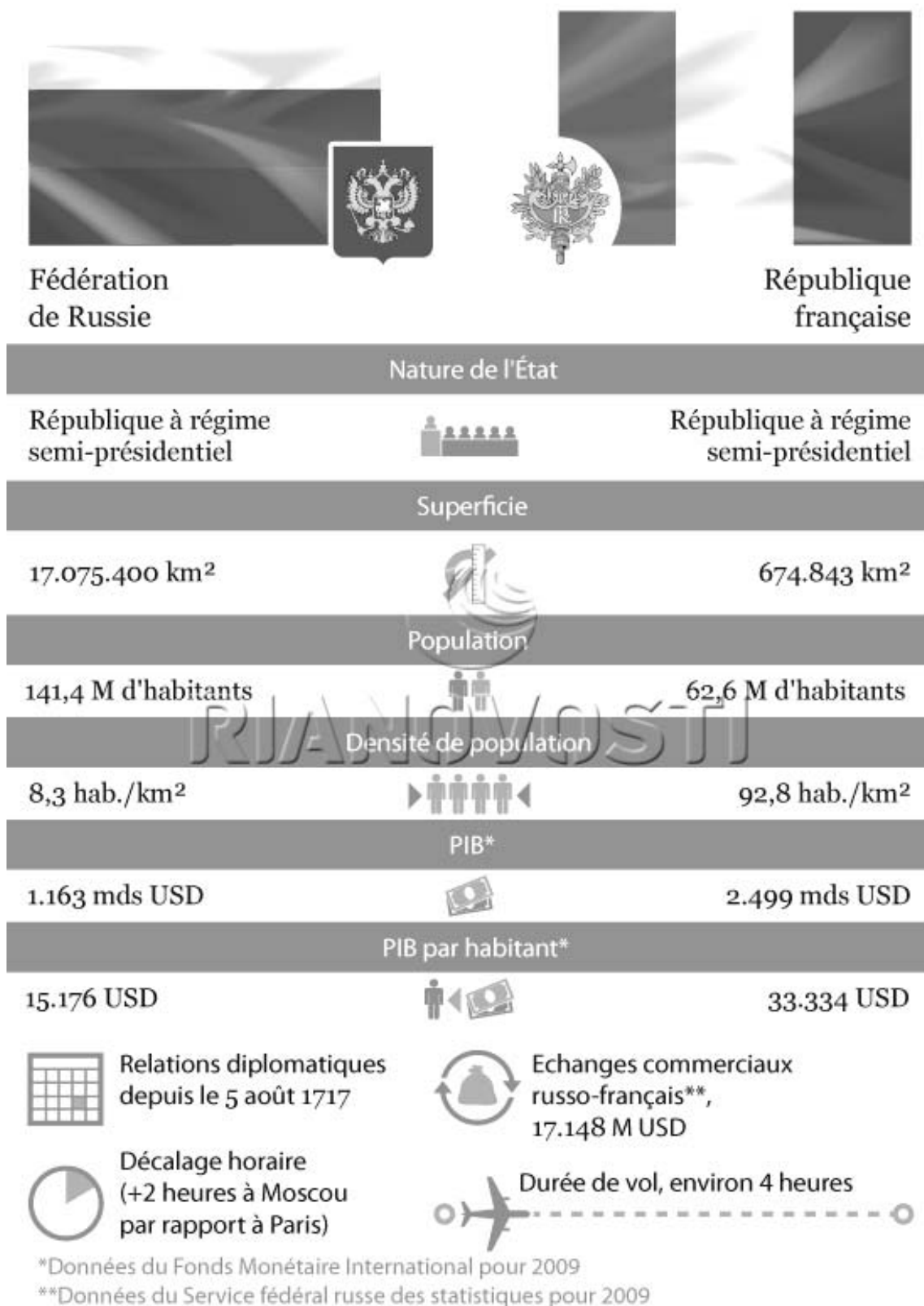
Il reste évidemment beaucoup à faire pour améliorer le climat d'investissement en Russie. Mais le pays est sur la bonne voie, et les hommes d'affaires français sont convaincus que la Russie figurera parmi les premières économies mondiales dans les années à venir.

BIBLIOGRAPHIE

1. Editorial In: Le Courrier de Russie, le 11 juin 2010.
2. Interview de A. D. Zhoukov, Vice-Premier ministre de Russie, et co-président du CEFIC* avec Mme Christine Lagarde.
3. Interview de Christine Lagarde, ministre de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi.
4. Une année et plus encore, Jean de Gliniasty, ambassadeur de France en Russie.
5. Interview avec Karl Johansson, Managing Partner chez Ernst & Young CEI.
6. Interview de LAURENT VALROFF, Directeur Russie et CEI de Dassault Systèmes.
7. Interview de M. Pierre Nerguararian, Représentant du Groupe Total, Directeur Général de «Total E&P Russie».
8. Laboratoires Boiron: stratégie stable en réponse à l'instabilité du marché.
9. Le luxe marie la France et la Russie.
10. Bruno Leproux: «Toujours proches des femmes» Yves Rocher.

11. Moscou peut devenir une capitale financière, Vincent Ollivier, PDG de BNP Paribas Vostok.
12. Orange, Entretien avec Christophe Joanblanq, Directeur général, Orange services aux entreprises.
13. Renault en Russie: l'amour dur(e), ou «je t'aide... moi non plus».
14. SAFRAN, Interview de Patrick Barraquand, Directeur du Bureau de représentation de Safran en Russie.
15. Salans en Russie.
16. Au nom de la santé des patients Interview de Patrick Aghanian, directeur général de sanofi-aventis Russie.
17. Au-delà de la place Rouge Ezekiel Pfeifer, pour le Moscow Times.
18. Coopération sans frontière.
19. Международное объединение русскоязычных вещателей. [Электронный ресурс]. <www.ruvr.ru>
20. Franse Diplomatie. [Электронный ресурс]. <www.ambafrance-ru.org>

2. La Russie et la France en chiffres



RIANOVOSTI © 2010

Хохрякова Е.М.

Россия, Санкт-Петербург

Международный банковский институт

Зайцева И.Г., к.э.н., доцент – научный руководитель

СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ «КАРТОЧНОГО» РЫНКА

Введение

Современное информационное общество уделяет все большее внимание технологическим новинкам или модификациям уже имеющихся разработок. Разработанные в XX веке пластиковые карты не потеряли, а наоборот – приобрели популярность у широкого круга клиентов банков. Если раньше карта являлась предметом роскоши и престижа, то теперь это популярный инструмент для совершения различных операций.

Набор этих операций постоянно увеличивается. Неужели это такое универсальное и перспективное средство платежа? Можно ли ожидать от банковских карт новых веяний?

Рынок чутко отзывается на малейшие изменения в товарной линейке не только обычных предпринимателей и фирм, но и банков. Увеличение объемов транзакций по пластиковым картам, так же как и увеличение их функциональности, с большой долей вероятности будет отзываться на рынке банковских продуктов и услуг. Сотрудничество этих сфер стало основой рынка электронных платежных систем, объединившего в себе и экономику, и новые технологии.

Карта, сочетая в себе элементарное удобство и передовые достижения информационных технологий, стала символом инноваций и в то же время повседневности.

Цель работы: разработать сценарии развития «карточного» бизнеса, основываясь на современных тенденциях, наблюдаемых на рынке.

Основные задачи:

- проанализировать функциональные направления использования карт;
- оценить позицию карт с точки зрения современного российского рынка;
- проанализировать использование пластиковых карт иностранными государствами и компаниями.

В настоящее время информацию о пластиковых картах можно получить из печатных и электронных изданий. Однако большинство статей но-

сят субъективный характер, направленный на формирование мнения потребителя. При написании научной работы основными источниками информации были выбраны периодические специализированные экономические издания и книга д.э.н. А.С. Генкина «Планета WEB-денег». Электронный ресурс, на основе данных которого анализировался рынок пластиковых карт РФ, – официальный сайт Банка России.

1. Возможности многофункциональных карт

«Теперь любая Ваша повседневная покупка будет вырастать в нечто большее...»

А.С. Генкин

Согласно теории банковского маркетинга банковские карты не являются банковским продуктом или услугой. Однако это настолько актуальный способ предоставления банковских услуг, что карте уделяют ключевую роль в процессе продвижения. Чем определяется популярность пластиковых карт? Неужели современное общество полностью перешло на кредитные карты? Чтобы ответить на эти вопросы, необходимо подумать о назначениях «пластика». Он может использоваться сегодня для предоставления разнообразных банковских услуг:

1. Предоставление кредита. Исторически сложившаяся особенность банковских карт, которая позволяет использовать кредитные средства в безналичных расчетах. Например, клиент может попросить перечислить на карту денежные средства, выданные по кредиту, чтобы они всегда были при нем.

2. Денежные переводы. При наличии денежных средств на счете банковской карты клиент может потребовать перевести часть денег, например, другому клиенту. Или, наоборот, получить денежный перевод.

3. Оплата покупок. Карта – это «кошелек», приходя с которым в магазин (специально оборудованный), клиент может совершить необходимые покупки.

4. Снятие наличных. Если клиент не желает хранить денежные средства на «электронном» счете, он может обналичить денежные средства в банкомате или офисе банка.

5. Оплата мобильного телефона, Интернета, коммунальных услуг. Клиент может потребовать списания денежных средств в пользу выставленных счетов по оплате телефона, Интернета, коммунальных услуг.

6. Покупки в Интернете. Для внесения предоплаты по сделкам в Интернете клиент может использовать свою карточку. Авторизуя себя и инициализируя карту, средства автоматически спишутся в пользу Интернет-магазина.

7. Покупки за рубежом. Во избежание сложностей при потере наличных денежных средств за границей клиент может оформить пластиковую карту. Это дает преимущество при вышеупомянутых кражах или потерях. Пропавшая карта блокируется, высылается новая с восстановленной суммой денег. Также следует учитывать тот факт, что перевозка денежных средств за границу производится без конвертации и без ограничений по сумме.

8. Бронирование (отеля, арендуемых машин). Сообщив необходимые данные о себе и карте, клиент может забронировать отель или машину с предварительной оплатой или без нее.

9. Начисление процентов («депозит»). Клиент может оформить «пластиковый» счет, на который будут начисляться проценты по депозиту. Эти проценты клиент может использовать в предусмотренном договором порядке. Многие банки придерживаются политики, которая предусматривает выдачу карты и перечисление всей суммы по истечении срока, чтобы «не гонять» клиента в офис банка.

10. Благотворительные перечисления. Клиент может оформить единовременное или периодическое перечисление денежных средств на благотворительность.

11. Предоставление скидок (дисконтные карты). При покупке товаров по пластиковым картам предоставляется некоторая скидка. Это удобно для магазинов, т. к. позволяет им переводить денежные средства непосредственно на свои счета в банке, минуя стадию «наличной» инкассации. В рамках дисконтных программ создаются некоторые кобрендинговые проекты.

12. Элемент престижа. Еще один исторически сложившийся фактор, влияющий на популярность пластиковых карт. Обычно карта ассоциируется с такой суммой денег, которую мало кто может позволить себе иметь в наличной форме, т. е. это признак достатка.

13. Начисление и выплата зарплаты. Зарплатные проекты – это новый подход к стимулированию банковской деятельности. Заработная плата перечисляется на пластиковую карту, открывая клиенту все вышеуказанные возможности, а также обеспечивая банки контролируемые денежными средствами на счетах.

14. Инструмент аутентификации и персонализации (определения личности). Карточки используются как пропуск, хранящий аутентификационные данные (рис. 1).

15. Начисление бонусов по бонусным программам. При оплате покупок с помощью пластиковых карт можно набрать определенную сумму бонусов/денежных единиц на пластиковой карте. При достижении определенного порога клиент вправе купить на эту сумму любой товар из ограниченной товарной линейки фирмы-организатора накопительной программы. Так же как и в случае дисконтных карт, по данному направлению могут эмитироваться кобрендинговые карты.

16. Оплата проезда и лекарств (социальные карты, рис.1). Специальные социальные карты позволяют оплачивать проезд и покупку лекарств по социальным программам. Например, компенсация социальных льгот перечисляется на карту в качестве целевой суммы.

17. Хранение информации об истории болезни. Пластиковые карты могут выступать не только в роли «кошелек», но и в роли «хранилища» информации. Например, медицинские пластиковые карты, хранящие историю болезни и т. п.

18. Виртуальные карты. Карты, используемые для оплаты услуг в сети Интернет, однако не имеющие визуальной (вещественной) формы. Клиенту высылаются персональные данные, а оплата производится с помощью указания, например номера карты и идентификационного кода при оформлении заказа.

19. Использование не по назначению (в виде брелков, отмычек и проч.). Как ни странно, пластиковая карта обладает некоторым запасом прочности и интересным внешним видом, что может повлиять на «судьбу» карты. Она может использоваться в качестве брелка (если она была аннулирована, но осталась у клиента) или в качестве отмычки (т. к. может ввиду своей толщины проникать в щели).



Рис. 1. Пластиковые карты

(слева – пенсионная/социальная, справа – пропуск/идентификационная)

Таким образом, пластиковая карта – наиболее разнообразный и развитый инструмент продвижения и предоставления банковских продуктов, который перенимается другими отраслями общественной жизни. Такое разнообразие позволяет внедрять карты в различные бизнес-процессы.

Наряду с этим возникает проблема инновационных разработок как с технической, так и с функциональной стороны. С каждым годом придумать новое направление использования карт все сложнее. Однако спрос на карты от этого не уменьшается.

Это можно оценить, проанализировав современный рынок пластиковых карт РФ.

2. Анализ тенденций и особенностей развития современного рынка пластиковых карт РФ

«...интеллектуальное «русло»,
по которому сегодня течет «река» ор-
тодоксальной финансовой теории».

Б. Мандельброт и Р.Л. Хадсон

Пластиковые карты – это один из инструментов платежной системы любого государства. Занимаясь анализом экономики, головные финансовые структуры должны основываться на достоверной статистической информации, к числу которой относят сводные отчеты Банка России [3].

Что можно сказать о рынке пластиковых карт в условиях восстанавливающейся экономики и с учетом массового характера распространения?

В первую очередь необходимо уточнить, какие карты выделяются в рамках национальной платежной системы (см. табл. 1). Здесь и далее анализируются данные Банка России.

ЦБ РФ выделяет расчетные (в т. ч. с «овердрафтом»), кредитные и предоплаченные карты. По данным табл. 1 видно, что общая эмиссия карт увеличивается, а клиенты постепенно отказываются от кредитных карт и переходят на предоплаченные карты. Это показатель того, что клиенты банков стремятся быть финансово независимыми. При этом следует отметить, что в 2009 году наблюдалось некоторое колебание объемов эмиссии, а в 2010 году очевидно резкое увеличение пластиковых карт.

Количество эмитированных карт (тыс. ед.)

	Всего банковских карт	в том числе:			
		расчетные карты		кредитные карты	предопла- ченные карты
		всего	с «оверд- рафтом»		
2008 год					
на 1.01.08	103 497	94 097	–	8944	455
на 1.04.08	107 180	98 033	27 913	8 854	293
на 1.07.08	111 699	102 769	28 513	8 584	347
на 1.10.08	118 542	108 616	29 573	9485	442
2009 год					
на 1.01.09	119 242	109 335	26 826	9296	612
на 1.04.09	121 971	111 005	24 352	9209	1757
на 1.07.09	121 624	110 933	22 652	8501	2190
на 1.10.09	121 605	112 155	22 117	7634	1816
2010 год					
на 1.01.10	126 033	115 390	21 268	8601	2042
на 1.04.10	128 873	117 743	21 703	8088	3043
на 1.07.10	133 592	117 625	19 483	8655	7312

Эмиссию и эквайринг пластиковых карт осуществляют КО. Их деятельность представлена квартальными данными, которые можно обобщить в единую табл. 2.

При анализе данных табл. 2 видно, что общее количество КО уменьшается. Политика ЦБ РФ направлена на ужесточение требований к банкам, что, скорее всего, и повлияло на динамику. В структуре КО (согласно функциональному делению) наблюдается постоянство. Квартал, в котором функционировало минимальное количество КО, обслуживающих пластиковые карты, – 3 квартал 2010 г.; минимальное количество – 1 квартал 2008 г. Во всех рассматриваемых периодах количество «чистых» КО-эмитентов превышает количество «чистых» КО-эквайеров, что может свидетельствовать о кобрендинговой политике банков или неразвитой сети обслуживания банковских карт.

Подробные данные по «пластиковым» оборотам за рассматриваемый период представлены следующими данными (табл. 3).

**Количество КО, осуществляющих эмиссию и/или эквайринг
пластиковых карт (карт. ед.)**

	Всего кредитных организаций	из них осуществляющие:		
		эмиссию и/или эквайринг	эмиссию	эквайринг
2008 год				
на 1.01.08	1136	709	684	609
на 1.04.08	1132	710	681	619
на 1.07.08	1125	708	682	627
на 1.10.08	1126	716	687	635
2009 год				
на 1.01.09	1108	707	678	634
на 1.04.09	1094	699	671	617
на 1.07.09	1083	700	677	618
на 1.10.09	1074	700	681	624
2010 год				
на 1.01.10	1058	700	680	629
на 1.04.10	1047	700	680	626
на 1.07.10	1038	692	673	619

По данным таблицы видно, что наибольшие обороты наблюдаются по операциям физических лиц. А получение наличных денег является более востребованной транзакцией, чем оплата товаров и услуг (по обеим категориям клиентов). В разрезе каждой отдельной категории клиентов наблюдается следующая тенденция: юридические лица явно предпочитают не получать наличные денежные средства, а рассчитываться через банковские счета, т. к. оплата услуг и товаров с помощью пластиковых карт является наиболее приоритетной, чем обналичивание денежных средств. У физических лиц ситуация обратная. Среднеквартальные обороты по получению наличных денег у физ. лиц составляет 2157 млрд руб., у юр. лиц – 32 млрд руб.; по оплате товаров и услуг у физ. лиц – 225 млрд руб., у юр. лиц – 54 млрд руб.

Таким образом, наблюдается увеличение общего количества карт при некотором колебании количества КО, обслуживающих данные карты. Количество эмитентов преобладает над количеством эквайеров, свидетельствуя о развитии кобрендинговых стратегий или плохой инфраструктуре сети обслуживания.

Наибольшее предпочтение пластиковым картам отдают физические лица.

Количество и объем операций, совершенных на территории России и за ее пределами с использованием банковских карт, эмитированных КО, по видам клиентов

	Физические лица							Юридические лица						
	Количество карт*, млн ед.	Всего операций (включая операции за рубежом)		в том числе:				Количество карт*, млн ед.	Всего операций (включая операции за рубежом)		в том числе:			
				по получению наличных денег		по оплате товаров и услуг**					по получению наличных денег		по оплате товаров и услуг**	
		количество, млн ед.	объем, млрд руб.	количество, млн ед.	объем, млрд руб.	количество, млн ед.	объем, млрд руб.		количество, млн ед.	объем, млрд руб.	количество, млн ед.	объем, млрд руб.	количество, млн ед.	объем, млрд руб.
2008 год	119,0	2103,3	8875,0	1595,8	8072,9	507,6	802,1	0,2	12,2	378,4	4,3	133,1	7,9	245,3
I кв.	107,0	464,7	1829,0	354,5	1653,5	110,2	175,5	0,2	2,8	84,2	0,8	26,2	2,0	58,0
II кв.	111,5	525,8	2132,1	402,3	1944,0	123,5	188,1	0,2	3,0	86,4	1,0	34,3	1,9	52,2
III кв.	118,3	539,8	2344,2	404,8	2120,6	135,1	223,6	0,2	3,2	103,8	1,2	39,6	1,9	64,2
IV кв.	119,0	572,9	2569,8	434,2	2354,9	138,7	214,9	0,2	3,2	104,0	1,2	33,0	2,1	71,0
2009 год	125,8	2 454,4	9530,0	1762,9	8652,7	691,6	877,2	0,2	13,2	352,7	4,3	125,3	8,8	227,3
I кв.	121,7	543,0	2069,2	392,5	1869,9	150,5	199,3	0,2	3,0	48,8	0,9	23,9	2,1	24,9
II кв.	121,4	620,2	2283,1	443,2	2082,7	177,0	200,4	0,2	3,1	57,7	1,0	25,0	2,1	32,8
III кв.	121,4	616,8	2443,1	445,0	2218,5	171,8	224,5	0,2	3,4	136,7	1,2	33,6	2,3	103,1
IV кв.	125,8	674,5	2734,6	482,2	2481,6	192,3	253,0	0,2	3,7	109,4	1,3	42,8	2,4	66,6
Янв. – июнь 2010 года	133,3	1 452,5	5414,1	975,2	4843,9	477,3	570,2	0,3	6,4	139,3	2,3	70,1	4,0	69,2
I кв.	128,6	667,2	2494,2	455,6	2220,9	211,5	273,4	0,3	3,1	67,3	1,0	31,1	2,0	36,3
II кв.	133,3	785,3	2919,9	519,5	2623,1	265,8	296,8	0,3	3,3	72,0	1,3	39,0	2,0	33,0

3. Сценарии развития рынка пластиковых карт

Оценка будущего развития может быть произведена как на основе целостного прогноза всего рынка, так и на основе отдельных его элементов.

Если рассматривать будущее эмиссионной части, то можно говорить о положительной тенденции в развитии prepaid (дебетовых) карт физических лиц. Доля оборотов и, следовательно, доходов будет увеличиваться. Ввиду большой конкуренции необходимо рационально оценивать ценовую политику, т. к. излишне низкая доходность операций может повлечь убытки.

Эквайринг можно охарактеризовать как демпинговый сектор «пластикового» бизнеса. Борьба за конкурентов привела к тому, что многие эквайеры не выдерживали напора и попадали под руководство нескольких крупных игроков данного рынка. Расходы сегмента очевидны:

- большие объемы влекут большие затраты, т. е. рынок будет стремиться к экономии и концентрации процессинга;
- реклама представляет собой достаточно дорогой способ продвижения, однако при грамотном применении данного метода конкурентоспособность эквайера возрастет в разы;
- внедрение микропроцессорных технологий и разработка дополнительных технических новшеств будут основной статьей расходов, хотя могут гарантировать процветание в будущем.

В целом российский рынок «пластика» может развиваться по одному из трех тривиальных сценариев:

1. Нейтральный сценарий. Пластиковые карты как перспективный и доходный банковский инструмент будет доступен ограниченному количеству банков. Например, под влиянием единого организационного центра. Так, по сообщениям журнала Forbes гендиректор компании Apple Стив Джобс на сегодняшний день готов купить или компанию MasterCard (100 %), или Visa Inc. (92 %). [4] Это означает то, что новые разработки Apple будут применяться в деятельности одной из этих компаний, что повлечет их непосредственное доминирование на рынке. В то же время никто не отрицает тот факт, что Стив Джобс может не остановиться только на этих компаниях. Таким образом данный сценарий подразумевает целенаправленное развитие «карточного» рынка.

2. Пессимистический сценарий. Пластиковые карты будут постепенно исчезать. В газете Metro со ссылкой на ИТАР-ТАСС была опубли-

кована статья о том, что оплата покупок в Америке будет производиться с помощью смартфонов на базе новой операционной системы «Андроид 2.3» [5]. Конечно, в ближайшее время это маловероятно, т. к. карты являются более привычным и доступным способом оплаты товаров и услуг. Однако данная теория «исчезновения» имеет место быть.

3. Оптимистический сценарий говорит о том, что востребованность банковских карт не достигла своего пика. Согласно мнению журнала ФИНАНС, прогнозируется «бум» на рынке кредитных карт, т. к. после кризиса банки лишились доходов от экспресс-кредитования и иных инструментов [6]. Полное отсутствие вышеуказанных доходов – это преувеличение, однако почему бы и нет? Карты вновь и вновь появляются в бумажниках клиентов.

Что будет дальше – точно сказать нельзя. Но очевидно то, что сейчас банковские карты являются одним из наиболее популярных платежных инструментов как для клиентов, так и со стороны банков. Говорить о полном исчезновении пластиковых карт нельзя – слишком большие суммы задействованы в обороте, слишком большой объем обслуживающих сетей (по всему миру), слишком много клиентов-держателей.

Наиболее вероятны оптимистический или нейтральный сценарии. Выбор сценария зависит в первую очередь от влиятельных структур (крупных компаний, инвесторов, собственников платежных систем). Если клиент заинтересован в отслеживании «судьбы» карточек, то первоочередное внимание должно быть обращено на компании, предоставляющие «карточные» технологии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пластиковые карты с точки зрения своей функциональности являются практически полноценными. Придумать какие-то новинки очень сложно, возникает проблема инновационных разработок. Однако это не умаляет «карточный» потенциал. Банковские карты затрагивают самые разнообразные бизнес-процессы.

На российском рынке наблюдается увеличение общего количества карт при некотором колебании количества КО, обслуживающих данные карты. Количество эмитентов преобладает над количеством эквайеров, свидетельствуя о развитии кобрендинговых стратегий или плохой инфраструктуре сети обслуживания. Наибольшее предпочтение пластиковым картам отдают физические лица.

Будущее банковских карт не определено с точностью до секунды или до копейки. Различные эксперты предлагают совершенно отличающиеся друг от друга сценарии развития «карточного» бизнеса.

Каким бы ни было будущее, банки должны помнить, что:

- карта – это составная часть полного пакета услуг, требующая отдельного внимания и отдельной сети обслуживания;
- карта – это средство коммуникации с клиентом;
- карта – это основа большого спектра предпринимательской деятельности.

Грамотное руководство при наличии хорошо проработанного бизнес-плана позволит развивать «карточную» индустрию или, по крайней мере, сделать ее безубыточной и даже прибыльной.

Любые эксперименты поощряются финансовым рынком, т. к. финансовый рынок – достаточно гибкая структура.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Генкин А.С.* Планета WEB-денег в XXI веке. – М.: КНОРУС, 2008. – С. 344.
2. *Мандельброт Б., Хадсон Р.Л.М.* (Не) послушные рынки: фрактальная революция в финансах [Текст] – СПб.; Киев: изд. дом «Вильямс», 2006. – С. 91.
3. Центральный банк Российской Федерации. [Электронный ресурс]. <<http://cbr.ru/statistics/?Prtid=psRF>>
4. Кого купит Apple? [Текст]: // Forbes, декабрь, 2010. – С. 50.
5. Смартфон заменит кредитку: // Metro, 19 ноября 2010. – С. 8.
6. Карте место: // ФИНАНС, № 42 (373). – С. 23.

СОДЕРЖАНИЕ

Выписка из решения конкурсной комиссии	3
Билько А.С., научный руководитель – Колесников В.В., д.э.н., профессор. Санкт-Петербургский юридический институт (филиал) Академии Генеральной прокуратуры РФ. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕСТУПНОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	17
Борисова Е.В., научный руководитель – Попов А.И., д.э.н., профессор. Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ	31
Бычков А.А., научный руководитель – Якушин Д.И., к.т.н., доцент. Тульский филиал Российского государственного торгово-экономического университета. ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ СЛОЖНОЙ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ В УСЛОВИЯХ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОГО ВЫБОРА	46
Гончарова Н.А., научный руководитель – Бородулина С.А., к.э.н., доцент. Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет. ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РОССИИ.....	61
Динмухаметова В.Н., научные руководители – Кузютин Д.В., к.ф.-м.н., доцент, Панкратова Я.Б., ст. преподаватель. Международный банковский институт. ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ЧИСЛО ЭМИГРАНТОВ.....	77
Дыбкина Е.А., научный руководитель – Гульпенко К.В., к.э.н., профессор. Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет. УЧЕТ КОММЕРЧЕСКИХ РАСХОДОВ В ОРГАНИЗАЦИИ.....	90
Журавлева З.С., научный руководитель – Ростовцева Л.И., д.социол.н., доцент. Тульский филиал Российского государственного торгово-экономического университета. РОСКОШЬ, ДЕМОНСТРАТИВНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ И ГЛАМУР: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ.....	105
Калина Е.П., научный руководитель – Павлова И.П., д.э.н., профессор. Международный банковский институт. ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ И РЫНОК ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ.....	121
Ким А.В., научный руководитель – Пимонов А.Г., д.т.н., профессор. Кузбасский государственный технический университет. ИНФОРМАЦИОННО-ВЫЧИСЛИТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ВЫРАБОТКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПОТРЕБЛЕНИЕМ КОКСОВОГО ГАЗА	133

Моисеев К.Я. , научный руководитель – Харитонов А.П. , к.э.н., доцент. Международный банковский институт. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОЙ ПРАКТИКИ ОЦЕНКИ ДОСТАТОЧНОСТИ КАПИТАЛА ОРГАНАМИ БАНКОВСКОГО НАДЗОРА	150
Мороз В.С. , научный руководитель – Якушин Д.И. , к.т.н., доцент. Тульский филиал Российского государственного торгово-экономического университета. ОЦЕНКА VaR, SaR и EaR ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ АКЦИЙ МЕТОДОМ МОНТЕ-КАРЛО	160
Никитинская Е.С. , научный руководитель – Карпова Т.С. , к.т.н., профессор. Международный банковский институт. БАНКОВСКИЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ	176
Орлова А.В. , научный руководитель – Абдалова Е.Б. , к.э.н., доцент. Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ КАК БАЗОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОЗРАЧНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ	191
Рыжкова Е.М. , научный руководитель – Артемьева И.Н. , к.ф.н, доцент. Международный банковский институт. LA COOPERATION ECONOMIQUE FRANCO – RUSSE DANS LE CADRE DE L’ANNEE CROISEE 2010	203
Хохрякова Е.М. , научный руководитель – Зайцева И.Г. , к.э.н., доцент. Международный банковский институт. СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ «КАРТОЧНОГО» РЫНКА	222

Научное издание

ВЕСТНИК № 32

Межвузовский студенческий научный журнал

Корректор И.С. Ловкис
Технический редактор Л.В. Соловьева

Директор РИЦ А.И. Стригун

Подписано в печать 08.09.11

Усл. печ. л. 14,7

Тираж 500. Заказ 558

РИЦ МБИ
191011 Санкт-Петербург, Невский пр., 60
тел. (812) 570-55-26

ISBN 978-5-4228-0005-6



9 785422 800056