

ЦЕНТРОСОЮЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РОССИЙСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ

**ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ  
И ПРИКЛАДНЫЕ  
ИССЛЕДОВАНИЯ**

кооперативного сектора экономики

**НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ**

4

2008

ЦЕНТРОСОЮЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ

**ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ  
кооперативного сектора экономики**

Научно-теоретический журнал  
Выходит один раз в два месяца  
Издается с сентября 2003 года

№ 4

Июль – август 2008 г.

*Учредитель* – Автономная некоммерческая организация высшего профессионального образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»

*Главный редактор* – д.э.н., проф., ректор Российского университета кооперации  
*В.А. Кривошей*

*Ответственный за выпуск* – к.э.н., проф., проректор Российского университета кооперации по научной работе *Н.Н. Соловых*

*Редакционная коллегия:*

д.э.н., проф. *В.А. Кривошей* (председатель);  
д.э.н., проф. *Е.Ф. Авдокушин*;  
д.э.н., проф. *Н.А. Адамов*;  
д.э.н., проф. *Э.А. Арустамов*;  
д.э.н., проф. *Д.И. Валигурский*;  
д.т.н., проф. *А.Т. Васюкова*;  
д.в.н., проф. *В.М. Вдовин*;  
д.п.н., проф. *А.В. Гордеева*;  
д.ю.н., проф. *Ю.Ф. Кваша*;  
д.ф.н., проф. *Б.Ф. Кевбрин*;  
д.т.н., проф. *В.И. Криштафович*;  
к.э.н., проф. *Ю.В. Морозов*;  
д.э.н., проф. *М.Ф. Овсяичук*;  
д.т.н., проф. *Ф.А. Петрище*;  
д.э.н., проф. *Т.В. Погодина*;  
д.э.н., проф. *И.С. Санду*;  
д.э.н., проф. *А.А. Степанов*;  
д.э.н., проф. *А.В. Ткач*;  
д.и.н., проф. *А.И. Ушаков*;  
д.э.н., проф. *А.М. Фридман*;  
д.э.н., проф. *А.В. Шаркова*;  
д.э.п. *Н.В. Бондарчук*, МГУПИ;  
д.ю.н., проф. *С.А. Глотов*, РГТУ;  
д.ю.н., проф. *В.Г. Пахомов*, РГСУ;  
д.и.н., проф. *А.А. Нестуля*, ПУПК (Украина);  
д.т.н., проф. *В.Е. Сыцко*, БТЭУ (Беларусь);  
д.э.н., проф. *Ф.И. Тухарь*, КТУМ (Молдова).

**В НОМЕРЕ:**

**Новый рынок – новая кооперация**

**Развитие агропромышленного комплекса через систему вертикальных кооперативных связей**

**Маркетинг кооперативных организаций на рынке экопродуктов**

**Управление ценовой и товарной политиками районного потребительского общества**

**Социально-психологический климат: методы оптимизации и влияние на создание благоприятной рабочей обстановки**

**Кластерная политика в АПК**

**Взаимодействие личных подсобных хозяйств с сельскохозяйственными предприятиями**

**Применение многомерных классификаций в исследовании качества жизни населения регионов**

**Государственные мероприятия по совершенствованию малого бизнеса**

**О совершенствовании классификации ассортимента непродовольственных товаров**

**Технологии производства хлебобулочных изделий функционального назначения**

**Адрес редакции:**

141014, Московская обл.,  
г. Мытищи, ул. В. Волошиной, д. 12/30.  
Тел.: (495) 582-94-67; Факс: (495) 581-30-03.  
<http://www.ruc.su>  
E-mail: [Izdat@ruc.su](mailto:Izdat@ruc.su)

**CENTROSOYOUZ OF THE RUSSIAN FEDERATION**  
**RUSSIAN UNIVERSITY OF COOPERATION**  
**FUNDAMENTAL AND APPLIED RESEARCH STUDIES**  
**of the cooperative sector economics**

Academic research journal

**№ 4**

Appears in print every two months

**July – August 2008**

Published since September 2003

*Founder* – Russian University of Cooperation, an autonomous noncommercial organization of higher education of the Centrosoyouz of the Russian Federation

*Editor-in-Chief* – prof. *Krivoshey V.A.*, Doctor of Sciences (Economics),  
Rector of Russian University of Cooperation

*Editorial Board:*

prof. **V.A. Krivoshey**, D. Sc. (Economics), rector of Russian University of Cooperation (Chairman);  
prof. **E.F. Avdockushin**, D. Sc. (Econ.); prof. **N.A. Adamov**, D. Sc. (Econ.);  
prof. **E.A. Arustamov**, D. Sc. (Econ.); prof. **D.I. Valigursky**, D. Sc. (Econ.);  
prof. **A.T. Vasyoukova**, D. Sc. (Techn.); prof. **V.M. Vdovin**, D. Sc. (Mil.);  
prof. **A.V. Gordeyeva**, D. Sc. (Ped.); prof. **Ju.F. Kvasha**, D. Sc. (Law.);  
prof. **B.F. Kevbrin**, D. Sc. (Philos.); prof. **V.I. Krishtafovich**, D. Sc. (Techn.);  
prof. **Yu.V. Morozov**, Cand. Sc. (Econ.); prof. **M.F. Ovseytchouck**, D. Sc. (Econ.);  
prof. **F.A. Petrishche**, D. Sc. (Techn.); prof. **T.V. Pogodina**, D. Sc. (Econ.);  
prof. **I.S. Sandou**, D. Sc. (Econ.); prof. **A.A. Stepanov**, D. Sc. (Econ.);  
prof. **A.V. Tkatch**, D. Sc. (Econ.); prof. **A.I. Ushakov**, D.Sc. (Hist.);  
prof. **A.M. Freedman**, D. Sc. (Econ.); prof. **A.V. Sharkova**, D. Sc. (Econ.);  
**Mr N.V. Bondartchouk**, D. Sc. (Econ.), MGUPI;  
prof. **S.A. Glotov**, D. Sc. (Law.), RGTU; prof. **V.G. Pakhomov**, D. Sc. (Law.), RGSU;  
prof. **A.A. Nestoula**, D.Sc. (Hist.), PUPK (Ukrain); prof. **V.E. Sytsko**, D. Sc. (Techn.), BTEU (Byelorussia); prof. **F.I. Toukhar**, D. Sc. (Econ.), KTUM (Moldova).

*Publishers address:*

Russian Federation, 141014, Moscow, Mytishchy, 12/30 Vera Voloshina Str.,  
Russian University of Cooperation.

Tel.: (495) 582 – 94 – 67; Fax: (495) 581 – 30 – 03;

<http://www.ruc.su> E-mail: [isdat@ruc.su](mailto:isdat@ruc.su)

К 95-ЛЕТИЮ  
РОССИЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА КООПЕРАЦИИ:  
ПРЕДСТАВЛЯЕМ НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ШКОЛЫ

НАУЧНАЯ ШКОЛА:  
«НАУЧНЫЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ  
КАЧЕСТВА, СОХРАНЯЕМОСТИ И  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЯСНЫХ  
ПРОДУКТОВ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ  
ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК  
ОБЩЕФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ»

*Научный руководитель: доктор технических наук, профессор, заведующая кафедрой товароведения, товарного консалтинга и аудита, почетный работник высшего профессионального образования Министерства образования РФ, Валентина Ивановна Криштафович*

Актуальность исследований, проводимых в рамках научной школы, обусловлена тем, что в последние годы во всем мире, а особенно в России, серьезной проблемой в области питания населения является дефицит животного белка, что, прежде всего, связано с недостатком потребления необходимых белоксодержащих продуктов (мяса, молока, рыбы).

Серьезной проблемой в мясоперерабатывающей отрасли является снижение качества производимых и реализуемых мясных продуктов. В торговой сети достаточно широко представлен ассортимент комбинированных мясных продуктов, выработанных по техническим условиям, разрабатываемым непосредственно производителями или заинтересованными фирмами. Проведенные исследования свидетельствуют о том, что качество комбинированных мясных продуктов не всегда соответствует нормативным документам. Отсутствие в действующих нормативных документах регламентации количества используемых добавок позволяет недобросовестным производителям вырабатывать мясные продукты с неоправданно высоким уровнем замены мяса гидратированными белками животного и рас-

тительного происхождения. Анализ доступной литературы и нормативной документации на мясные продукты свидетельствует о том, что в ряде случаев уровень замены мяса соевыми белками составляет 60% и более, а выход некоторых ветчинных изделий составляет 180-270%. С точки зрения товароведения такая ситуация может быть расценена как фальсификация мясных продуктов и нарушение прав потребителей, а сами продукты со столь высоким уровнем замены мяса можно отнести к мясорастительным. Высокий уровень замены мяса немясными ингредиентами приводит к снижению интенсивности цвета, аромата и вкуса мясных продуктов, что снижает их потребительские свойства. При этом необходимо отметить, что снижение цены на такие продукты не адекватно ухудшению их потребительских свойств.

Невысокое качество мясных продуктов обуславливается и тем, что многие мясоперерабатывающие предприятия работают на импортном мясном сырье низкого качества (в основном блочное мясо). Из-за дефицита мясного сырья себестоимость и розничные цены на мясные продукты постоянно повышаются.

Актуальной задачей является также обеспечение максимальной сохранности мясных продуктов. В настоящее время общепризнано, что потеря качества скоропортящейся мясной продукции от поражения микроорганизмами наиболее распространена и значительно превышает негативные воздействия физических и химических факторов.

При разработке новых видов мясных продуктов, предполагающих замену мясного сырья немясными ингредиентами, необходимым условием должно стать сохранение органолептических свойств традиционных мясных продуктов. Органолептические показатели качества мясopодуKтов в первую очередь оцениваются потребителями и в большой степени влияют на объем продаж и, соответственно, конкурентоспособность изделий из мяса.

В связи с выявленными проблемами в рамках научной школы исследования проводятся по следующим направлениям:

- Научное и экспериментальное обоснование использования соевого изолята «Супро 595» для производства ветчинных изделий из говядины;

- Разработка путей повышения качества, конкурентоспособности мясных продуктов с использованием белковых добавок животного происхождения;

- Разработка новых научно-обоснованных технологических решений повышения сохраняемости скоропортящихся мясных продуктов;

- Обоснование использования в технологии производства мясных продуктов коллагеназы животного происхождения из гепатопанкреаса камчатского краба (*Paralithohodes camtschatica*) для снижения жесткости соединительной ткани;

- Обоснование технологии производства мясных консервов и ветчины в оболочке из замороженного блочного мяса NOR и с признаками DFD и PSE;

- Исследование потребительских свойств баранины, полученной от молодняка овец ставропольской породы, их мясной продуктивности, а также установление оптимальной предубойной массы животных, с целью получения овцеводческой продукции высокого качества при наименьших материальных затратах;

- Исследование потребительских свойств мяса нетрадиционных животных (мясо яков, конина) и обоснование технологии произ-

водства продукции из нетрадиционного мясного сырья.

Коллектив научной школы профессора Криштафович В.И. включает Жебелеву И.А. к.т.н., проф., Толкунову Н.Н. д.т.н., проф., Алымбекова К.А. к.т.н., доктораига (Республика Кыргызстан), Колобова С.В. к.т.н., доц., Дмитриенко С.Ю. к.т.н., доц., Лукьянова М.Ю. к.т.н., Толстобокoва О.Н. к.т.н., Павлову Е.А. к.т.н. доц., Яблокова Д.И. к.т.н., Касперчик О.В. соискателя, Прокушеву Е.А. соискателя, Криштафовича Д.В. аспиранта.

Внедрение наиболее значимых результатов исследований научной школы вносит значительный вклад в развитие товароведной науки, мясоперерабатывающей отрасли и имеет важное социальное значение. В рамках исследований разработаны новые ресурсосберегающие технологии производства мясных продуктов с использованием традиционного и нетрадиционного мясного сырья, белковых добавок животного (белков крови, соединительной ткани, молочных белков) и растительного (белков сои) происхождения, разработаны рецептуры новых видов мясных продуктов (рубленых полуфабрикатов, полуфабрикатов в тесте, колбасных изделий, копченостей, консервов, ветчины в оболочке); разработан способ биотехнологической обработки мяса с высоким содержанием соединительной ткани с использованием ферментных препаратов; предложен способ эффективного повышения потребительских свойств и сохраняемости скоропортящихся мясных продуктов путем разработки их состава с заданным соотношением пищевых веществ, обогащения йодом и использования консервантов на основе жирных, эфирных масел и водорастворимых экстрактов из растительного сырья; исследованы потребительские свойства мяса яков, конины и разработаны технологии производства высококачественных продуктов на их основе; исследованы факторы, влияющие на формирование качества мяса баранины от молодняка овец ставропольской породы и разработаны рекомендации по убою животных при достижении определенной живой массы. Разработаны и утверждены ТУ и ТИ на новые мясные продукты, гости республики Кыргызстан на мясо яка.

Научная школа имеет широкие деловые и научные связи с учеными кафедр товароведения РЭА им. Г.В. Плеханова, Российского государственного торгово-экономического университета, Хабаровской государственной ака-

демии экономики и права, Орловского государственного технического университета, Саратовского государственного аграрного университета, Коломенского педагогического университета, Московского государственного университета пищевых производств, Рязанского государственного агротехнологического университета, Московского университета прикладной биотехнологии, а также Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации, Полтавского университета потребительской кооперации, Кооперативного университета Молдовы и филиалов Российского университета кооперации.

Сотрудничество осуществляется по следующим направлениям:

- Подготовка совместных методических разработок;
- Повышение квалификации;
- Отзывы на авторефераты диссертаций, оппонирование диссертаций;
- Участие в научных конференциях;
- Подготовка совместных научных публикаций;
- Совместная подготовка аспирантов;
- Членство в диссертационных советах.

Кафедрой при непосредственном участии профессора Криштафович В.И. и ее учеников организованы и проведены две Международные научно-практические конференции: «Концепция развития товароведения и качество подготовки товароведов на современном этапе», МУПК, 1999; «Управление торговлей: теория, практика, инновации», АНО ВПО ЦС РФ РУК, 2008.

Результаты научных исследований докладывались на международных, всероссийских научно-практических конференциях «Современные проблемы товароведения» г. Екатеринбург проф. Криштафович В.И. 2004; «Проблемы безопасности технологического процесса, качества реализуемой продукции и биологически активных добавок к пище», Северный государственный медицинский университет, г. Архангельск, Жебелева И.А., Криштафович В.И., 2005; «Проблемы и методы управления экономической безопасностью регионов»: Дмитриенко С.Ю. Коломенский государственный педагогический институт, Коломна 2006; «Качество на стокисте – проблемы и перспективы» Экономический университет, Варна, Болгария Жебелева И.А., Криштафович В.И., 2006; «Товароведение и экспертиза товаров: Состояние, проблемы и перспективы развития» ГОУ ВПО

РГТЭУ, 2006; Уфимский институт (филиал) Прокулева Е.А., «Актуальные проблемы развития АПК» Саратов, ФГОУ ВПО Саратовский государственный аграрный университет, Павлова Е.А., 2006; «Проблемы питания: проблемы, пути и способы решения» Коломна, Коломенский государственный педагогический институт Жебелева И.А., Криштафович В.И., 2007; «Потребительский рынок: Качество и безопасность товаров и услуг» г. Орел, Орловский государственный технический университет Жебелева И.А., Колобов С.В., Криштафович Д.В., 2007; «Безопасность питания: Элемент оценки качества жизни семьи». Коломна, Коломенский государственный педагогический институт, Криштафович В.И., Жебелева И.А., Колобов С.В., Криштафович Д.В., 2008; «Товароведение, экспертиза и технология продовольственных товаров»; Московский государственный университет пищевых производств, Москва, Криштафович В.И., 2008.

Основные научные результаты за 10 лет работы школы опубликованы в более чем 500 публикациях, в том числе в научных статьях ведущих журналах (38), монографиях (6), в материалах различных конференций.

**Результаты исследования опубликованы в следующих научно-практических и теоретических журналах:** Мясная индустрия. 1997. №8, с. 19- (Криштафович В.И., Толкунова Н.Н.); Хранение и переработка сельхозсырья. 1997. №11, с.25-26. (Криштафович В.И., Донскова Л.А.); Мясная индустрия, 1998. №3, с.19-20, (Криштафович В.И., Жебелева И.А.); Мясная индустрия. 1998, № 4, с.18-19, (Криштафович В.И., Яблоков И.И.); Хранение и переработка сельхозсырья. 1998. №10, с.25-27, (Криштафович В.И., Толкунова Н.Н., Жебелева И.А.); Мясная индустрия. 2000. №1, с.11-13, (Криштафович В.И., Жебелева И.А.); Мясная индустрия, 2001. №5, с.24-26, (Криштафович В.И., Толкунова Н.Н.); Мясная индустрия. 2001. №6, с.15-18, (Толкунова Н.Н. Криштафович В.И.); Мясная индустрия. 2001. №8, с.23-25, (Толкунова Н.Н., Криштафович В.И.); Мясная индустрия. 2001. №11, с.15-17, (Толкунова Н.Н., Криштафович В.И.); Мясная индустрия. 2002. №1, с.18-20, (Криштафович В.И., Толкунова Н.Н.); Мясная индустрия. 2002. №2, с.11-12, (Криштафович В.И., Луканов М.Ю.); Хранение и переработка сельхозсырья. 2002. №3, с.57-60, (Криштафович В.И., Толкунова

Н.Н., Жебелева И.А.); Мясная индустрия. 2002. №3, с.18-21, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Толстобок О.Н.); Мясная индустрия. 2002. №4, с.32-34, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Колобов С.В.); Мясная индустрия. 2002. №6, с.28-31, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Колобов С.В.); Хранение и переработка сельхозсырья. 2002, №7, с.55-57, (Криштафович В.И., Толкунова Н.Н.); Хранение и переработка сельхозсырья, 2002, №9, с.61-64, (Криштафович В.И., Толкунова Н.Н.); Мясная индустрия. 2002. №10, с. 36-38, (Алымбеков К.А., Криштафович В.И.); Хранение и переработка сельхозсырья. 2003. №1, с.39-42, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Толстобок О.Н.); Мясная индустрия. 2003. №2, с.15-17, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Толстобок О.Н.); Мясная индустрия. 2003. №3, с.33-35, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Колобов С.В.); Мясная индустрия. 2003. №6, с.20-22, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Колобов С.В.); Мясная индустрия. 2003. №10, с.20-22, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Колобов С.В.); Мясная индустрия. 2004. №2, с.18-21, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Луканов М.Ю.); Известия высших учебных заведений «Пищевая технология». 2004. №1, с.16-18, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Колобов С.В.); Известия высших учебных заведений «Пищевая технология». 2004. №1, с.18-20 (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Колобов С.В.); Мясная индустрия. 2005. №1, с.30-33, (Криштафович В.И., Колобов С.В., Яблоков Д.И., Луканов М.Ю.); Мясная индустрия. 2005. №6, с.30-33 (Криштафович В.И., Колобов С.В.); Мясная индустрия. 2006. №4, с.37-39, (Криштафович В.И., Яблоков Д.И.); Фундаментальные и прикладные исследования. 2006. №2. с.19-21, (Криштафович В.И.); Мясная индустрия. 2006. №5, с.25-28, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Касперчик О.В., Криштафович Д.В.); Фундаментальные и прикладные исследования. 2006. № 3, с.48-53, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Колобов С.В.); Деловой вестник «Российской кооперации». 2007. №1, с.22-28, (Криштафович В.И. и др.); Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2007. №5, с.20-25, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Прокушева Е.А.); Мясная индустрия. 2008. №2, с.60-63, (Жебелева

И.А., Криштафович Д.В.); Потребительская кооперация (Республика Беларусь). 2007. №2 (17), с.36-39, (Криштафович Д.В., Касперчик О.В., Прокушева Е.А.); Мясная индустрия. 2008. №4, с.47-49, (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Прокушева Е.А.).

**Результаты исследований ученых научной школы обобщены в следующих монографиях:** «Холодильная обработка и сохранность мяса и мясных продуктов». - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2006, 172 с. (Криштафович В.И., Жебелева И.А., Толкунова Н.Н.); «Пути повышения сохранности вареных колбасных изделий». - Орел: ГТУ, 2006, 141 с. (Криштафович В.И., Толкунова Н.Н. и др.); «Современные аспекты создания скоропортящихся вареных мясных продуктов» - Орел: ГТУ, 2006, 111 с. (Криштафович В.И., Толкунова Н.Н. и др.); Потребительская кооперация в реализации приоритетного национального проекта «развитие АПК» (Опыт работы предприятий потребительской кооперации Республики Удмуртия». Препринт. - Чебоксары: Чебоксарский кооперативный институт РУК, 2007, 132 с. (Криштафович В.И. и др.); Нет деревни без кооперации. Опыт работы предприятий потребительской кооперации Удмуртии. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2008, 128 с. (Криштафович В.И. и др.); Мясо яка. - Бишкек: Кыргызский экономический университет, 2007, 200 с. (Алымбеков К.А.).

Научная новизна и практическая значимость разработок защищена авторскими свидетельствами и патентами РФ (12 патентов и свидетельств).

Молодые ученые участвовали в областном и международном творческом конкурсе. Аспирант Яблоков Д.И. награжден Почетной грамотой за творческое решение задачи в проекте, представленном на областной конкурс «Научно-техническое творчество молодежи – экономике Московской области», а аспирант кафедры Криштафович Д.В. и соискатели Касперчик О.В. и Прокушева Е.А. – Дипломом за участие в Международном конкурсе научных статей молодых ученых вузов потребительской кооперации стран СНГ «Актуальные проблемы современной экономики и развития потребительской кооперации стран СНГ» и разработку новых направлений развития потребительской кооперации (Республика Беларусь).

К научной работе активно привлекаются студенты специальности товароведение и экспертиза товаров. Исследования в рамках научной школы проводятся при выполнении курсовых и выпускных квалификационных работ. Многие студенты становятся соискателями или поступают в аспирантуру, и успешно защищают кандидатские диссертации (Колобов С.В., Яблоков Д.И., Касперчик О.В. и др.).

За 2003-2006 гг. преподаватели кафедры опубликовали 4 учебника с грифом УМО, 3 учебника с грифом Минобразования, 1 учебник и 4 учебных пособия с грифом Межвузовского совета Центросоюза РФ; 4 учебных пособия с другими грифами. В 2006-2008 гг. издано 3 учебника с грифом УМО, 2 учебника с грифом Минобразования России, 5 учебных пособий с другими грифами. Среди них - «Таможенная экспертиза товаров» (доц. Додошкин Ю.В., проф. Жебелева И.А., проф. Криштафович В.И.), «Товароведение и экспертиза мяса и мясных товаров» (проф. Криштафович В.И. и др.); учебные пособия: «Методы и техническое обеспечение контроля качества» (проф. Криштафович В.И., доц. Колобов С.В.), «Экспертиза мяса и мясных продуктов» (проф. Хлебников В.И., проф. Жебелева И.А., проф. Криштафович В.И.), «Технология производства продовольственных товаров» (проф. Хлебников В.И., доц. Пучкова Ю.С., доц. Страхова С.А., проф. Заикина В.И., доц. Дуборасова Т.Ю., доц. Колобов С.В., доц. Бондаренко С.Я., Гурьянова С.С., Яблоков Д.И.), «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров. Лабораторный практикум» (проф. Криштафович В.И., доц. Пучкова Ю.С., доц. Страхова С.А., проф. Заикина В.И., доц. Дуборасова Т.Ю., доц. Колобов С.В., проф. Жебелева И.А., ст.пр. Гурьянова С.С.).

Криштафович В.И. активно работала в докторских советах при МУЦК, РЭА им. Г.В. Плеханова и РГТЭУ по специальности 05.18.15 «Товароведение пищевых продуктов и технологии продуктов общественного питания». Ежегодно выступает оппонентом по кандидатским и докторским диссертациям.

Криштафович В.И. принимала активное участие в работе УМО по специальности 351100 (080401) «Товароведение и экс-

пертиза товаров», в подготовке Государственного образовательного стандарта второго поколения по специальности 351100 «Товароведение и экспертиза товаров (по областям применения)». Совместно с проф. Жебелевой И.А. участвовала в разработке Государственных образовательных мини-стандартов в рамках специальности 3511 «Товароведение и экспертиза товаров» по трем областям применения; учебных и рабочих программ, подготовлена примерная учебная программа по дисциплине «Экспертиза продовольственных товаров при экспортно-импортных поставках», которая утверждена Минобразования РФ в 2000 году. Криштафович В.И. осуществляла координацию подготовки к утверждению в Минобразовании 30 примерных программ по областям применения и трех программ по основному стандарту специальности 351100. Принимала участие и выступала с проблемными вопросами по подготовке товароведов на заседаниях УМО в 2002 г. в Орле, в 2003 г. в Краснодаре, в 2004 г. в Екатеринбурге, в сентябре 2005 г. в Архангельске, Санкт-Петербурге (2006 г.).

Криштафович В.И. является экспертом по программам «Московское качество» и «Российское качество» по оценке качества продукции из мяса и птицы, членом редколлегии научно-практического журнала «Мясная индустрия».

С декабря 2005 г. в рамках научной школы разработана программа курсов повышения квалификации преподавателей вузов «Обеспечение современных требований при подготовке товароведов-экспертов по программам высшего профессионального образования». 90 преподавателей кафедр товароведения из 41 государственных и кооперативных вузов России, Украины и Молдовы повысили свою квалификацию по этой программе, прошли стажировки на кафедре товароведения, товарного консалтинга и аудита.

**В.И. Криштафович,  
д.т.н., профессор,  
заведующая кафедрой товароведения,  
товарного консалтинга и аудита,  
почетный работник высшего  
профессионального образования  
Министерства образования РФ**



## ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КООПЕРАЦИИ

УДК 334.763

# НОВЫЙ РЫНОК – НОВАЯ КООПЕРАЦИЯ

© 2008 В.М. Пизенгольц\*

*В современных условиях в АПК требуются новые формы кооперации. Кооперация должна быть по видам деятельности, по участию в технологическом процессе, по обслуживанию и обеспечению, но не в вопросах связанных с кредитованием – иначе мелкие предприятия будут очень быстро поглощены крупными предприятиями.*

Сегодня мы сталкиваемся с совершенно отличной от привычной ситуацией в сельском хозяйстве. На первое место выходят не вопросы технологии себестоимости, окупаемости, оптимизации производства, а проблема собственности, причем в самом примитивном ее виде. То есть – земля и фонды принадлежат тем, кто на ней работает, либо владелец – лицо (или организация) стороннее.

При переходе к частной собственности на землю, последняя действительно досталась реально работающим на ней людям, но такое положение сохранялось не долго. Выяснилось, что реальные владельцы на земле работать не хотят, не могут, или просто не имеют возможности. Для очень многих проблема недостатка фондов, их устаревание, оказалась неразрешимой. Большинство не смогли сориентироваться в рыночной ситуации, а вопросы маркетинга для большинства российских крестьян оказались просто чужды. Владельцы стали активно избавляться от своих земельных наделов. И если в начале интерес покупателей ограничивался самыми плодородными землями – Краснодарский край, Ставропольский край, Центральное Черноземье то, после резкого подорожания в 2007–

2008 гг. продукции растениеводства, интерес к земле стали проявлять многие промышленные банковские и инвестиционные структуры. Именно они скупили и продолжают скупать самые плодородные земли России.

Теперь встанем на точку зрения собственника (не сельхозника): он купил землю, вложил деньги, и они должны работать. Смешно думать, что банкир вложит деньги в землю, не надеясь получить прибыль выше, чем сложилась норма прибыли в других доступных ему видах деятельности. Как получить прибыль? Он либо отдает землю и производственные фонды в аренду, и тогда реальные работники-арендаторы начинают хищнически использовать землю, не вкладывая денег в увеличение ее плодородия, что приведет к истощению земель и уничтожению оставшихся производственных фондов. Это тупиковый путь. Второй путь характерен для нормального, цивилизованного бизнеса: новый владелец вкладывает средства в развитие своего нового аграрного бизнеса: вносит удобрения, закупает и использует самую новую технику, строит современные животноводческие комплексы, закупает и выращивает высокопородный и сверхпродуктивный скот и это дает эффект.

*Пизенгольц Владимир Михайлович – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономической оценки земельного кадастра Российского университета дружбы народов.*

Аграрный промышленник (язык не поворачивается назвать его фермером) дает огромное количество конкурентоспособной продукции..... И становится непобедимым конкурентом для небольших традиционно-хозяйствующих предприятий в данной местности. Он их просто давит – это касается производства, переработки, и закупок продукции – везде у крупного производителя преимущество.

Но большая часть сельского населения жизненно связана пока не с агропромышленными гигантами, а с остающимися традиционными формами хозяйствами. Как сохранить их? Вот здесь, несомненно, главной спасительной силой должна быть кооперация, причем мелкие предприятия даже целого района, объединившись, всё равно не смогут конкурировать с агропромышленным гигантом «олигархом». Видимо, надо приспособливаться, то есть находить формы кооперации, в

которые могли бы входить и быть полезными друг другу и предприятия-гиганты, обладающими большими средствами и предприятия лилипуты, владеющие навыками выживания и многолетней работы на данной территории. Конечно, при создании любого подобия холдингов мелкие предприятия просто будут поглощены, поэтому кооперация должна быть по видам деятельности, по участию в технологическом процессе, по обслуживанию и обеспечению, и вряд ли в вопросах связанных с кредитованием – иначе мелкие предприятия будут очень быстро поглощены крупными предприятиями – мировой опыт и сама логика это подразумевает.

Резюмируя, хотелось бы подчеркнуть, что в современных условиях в АПК требуются какие-то совершенно новые формы кооперации, соответствующие тому рынку монополистической конкуренции, который складывается в сельском хозяйстве России.

# РАЗВИТИЕ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ ВЕРТИКАЛЬНЫХ КООПЕРАТИВНЫХ СВЯЗЕЙ

© 2008 А.А. Абалакин, Е.Г. Галушкина, О.В. Тишкова\*

*Вертикальная кооперация приближает перерабатывающую промышленность к источникам сырья, уменьшает потери средств и времени при переходе от одной стадии производства к другой, обеспечивает интенсивное использование имеющихся производственных мощностей.*

Завершающим этапом развития различных форм вертикальных кооперативов должно стать создание системы сельскохозяйственной кооперации, которая охватывала бы все интеграционные процессы сельских товаропроизводителей со всеми сферами и звеньями АПК. Еще А.В. Чайнов отмечал, что вся сельскохозяйственная кооперация должна функционировать как нечто целое и единое. Однако само по себе кооперативное движение развиваться не сможет. Успешное объединение мелких товаропроизводителей осуществиться только при активном участии федеральных и местных органов власти. Еще раз повторимся, но возлагать надежды на то, что стихийный рынок без государственного вмешательства может самостоятельно обеспечить быстрое и безболезненное решение всех проблем, нереально.

Так, за рубежом кооперация распространена, как известно, очень широко, причем обычно тем больше, чем выше уровень развития АПК в стране. Видные позиции кооперативов в системах национальных экономик во многом предопределены стимулирующим воздействием государства на их развитие.

Опыт экономики развитых стран показывает, что государственное регулирование деятельности кооперативов осуществляется преимущественно методами правового и экономического характера. Государственные органы не имеют права вмешиваться в экономическую деятельность кооперативов, они создают благоприятные условия для их эффективного развития. Эффективность достигается путем комплексного взаимодействия с финансовыми рычагами: налоги, кредиты, прямые субсидии. Их роль в последние годы все более возрастает: усиливается значение субсидий на капиталные вложения и на различного рода дотации, льготных ссуд, льготных налоговых ставок.

Кооперативные формирования выполняют функции связующего звена между раздробленным сельским хозяйством и промышленностью и торговлей, поэтому органы государственного регулирования оказывают им различного рода финансовую помощь и вводя для них льготное налогообложение.

При всех различиях кооперативного законодательства в развитых странах можно выделить ряд основных общих подходов к го-

---

*А б а л а к и н Александр Алексеевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Российского университета кооперации.*

*Г а л у ш к и н а Елена Геннадьевна – аспирантка Всероссийского научно-исследовательского института экономики сельского хозяйства.*

*Т и ш к о в а Оксана Викторовна – аспирантка Всероссийского научно-исследовательского института экономики сельского хозяйства.*

сударственному регулированию деятельности кооперативных организаций. Так объем прибыли, получаемой кооператорами, ограничивается законодательством. Это связано с тем, что кооперативы создаются не для увеличения прибыли организации, а для предоставления им услуг. Как правило, верхней границей нормы прибыли, установленной законодательством, является 10%.

В рамках своих уставов кооперативы имеют полную свободу действий. Государственные органы не имеют права непосредственно вмешиваться в экономическую деятельность кооператива, в формирование его руководящих органов и назначение должностных лиц. Государственное регулирование деятельности кооперативных организаций сводится к контролю, наблюдению за тем, насколько точно она соответствует и законодательству и их уставам.

Сельскохозяйственным кооперативам стран Западной Европы принадлежит важная роль в выработке аграрной политики, определении цен на сельскохозяйственную продукцию. По соглашению с кооперативами и при их непосредственном участии разрабатываются вопросы аграрной политики, связанные с государственным субсидированием и кредитованием, поддержкой мелкого производства, субсидированием экспорта. Субсидии на поддержку сельского хозяйства выплачиваются преимущественно через сельскохозяйственные кооперативы.

В зависимости от специфики отдельных стран льготы кооперативам отличаются большим разнообразием. Но для всей Европы уже стало классическим правило - из полученных в течение года кооперативным предприятием доходов изымаются выплаты членам кооператива в соответствии с операциями, проведенными ими в течение года, включая надбавки к ценам на закупасную у фермеров продукцию и скидки с цены на поставляемые им средства производства и оказываемые услуги, которые не являются доходом на капитал, являясь лишь промежуточным результатом производственной деятельности.

Организация кооперативами на свободной, добровольной основе сбора, переработки и реализации сельскохозяйственной продукции способствует сокращению финансового вмешательства государственных органов. При слабой организации рынков (как в нашей стра-

не) государство вынуждено поглощать излишки продукции для поддержания цен, или, в случае дефицита, идти на импорт для сдерживания их роста. Поэтому в странах ЕЭС функционированию кооперативов придается значение как одному из приоритетных направлений организации и совершенствования структуры сельскохозяйственного рынка, что и предопределяет политику поддержки и стимулирования развития кооперативного движения. Перед кооперативами открыты широкие возможности концентрации экономической деятельности и создания крупных регионально-отраслевых структур с крупномасштабным выходом на внешние рынки.

Развитие интеграционных процессов в фермерской кооперации развитых стран уже перешагнуло национальные рамки. В настоящее время достаточно много существует крупных кооперативов, объединяющих фермеров разных стран. Они образуются во всех сферах АПК. Их цель - объединение усилий различных кооперативов или фирм на кооперативной основе для снижения объема инвестированного в дело капитала и риска каждого участника.

Через создание совместных вертикальных объединений за рубежом значительно возрастают производственные возможности партнеров, усиливается конкурентоспособность фирм и появляется возможность сочетания текущей и поисковой деятельности в рамках объединений.

В целом необходимо отметить, что национальная кооперативная политика в отдельных странах отличается большим диапазоном различий в зависимости от исторических особенностей развития кооперативного движения, места, занимаемого кооперативным сектором в структуре национальной экономики, конкретно сложившихся условий и тенденций экономического, исторического и социального развития общества.

В нашей же стране не были учтены национальные особенности. Поэтому в дальнейшем, при разработке концепции государственного регулирования сельскохозяйственного производства, считаем необходимым учесть все имеющиеся исторические и отраслевые особенности развития сельского хозяйства, сложившуюся экономическую ситуацию, ближайшие перспективы развития с тем, чтобы принять всесторонне взвешенные оптимальные решения.

При построении системы государственной (бюджетной) поддержки развития сельскохозяйственной кооперации следует руководствоваться следующими принципами: соблюдение равенства развития всех форм хозяйствования и видов собственности; стабильность действий администраций регионов по отношению к кооперативным структурам; постепенность ужесточения и эластичность налогообложения кооперативных агроструктур.

Нельзя не отметить стимулирующего воздействия на развитие кооперативного сектора экономики Российской Федерации положительных изменений в государственной политике по отношению к сельскохозяйственной кооперации. Приоритеты, в системе государственной поддержки предприятий АПК, были отданы кооперативным предприятиям по переработке и сбыту продукции, производственному обслуживанию, кредитным и страховым кооперативам. Была разработана специальная правительственная программа развития сельскохозяйственной кооперации, предусматривающая широкую гамму мероприятий по созданию правовых, организационных, экономических условий для развития данных кооперативов вертикального типа и их государственной поддержке.

Однако существующие в настоящее время кооперативные формирования в Ульяновской области практически не получают государственной поддержки. До сих пор существует непонимание выгоды для государства оказания поддержки по созданию системы кооперации. Тем более, что финансирование сельского хозяйства из государственного бюджета в сложившейся экономической обстановке является нереальным. У государства нет средств для оказания помощи всем, оно пытается распределить мизерные средства понемногу между всеми сельскохозяйственными товаропроизводителями. В этой ситуации более целесообразным представляется выделять средства через кооперативные объединения производителей, которые имеют лучшее представление о своих первоочередных нуждах.

Считаем большим прогрессом разработку и принятие законов о кредитных и страховых кооперативах, а также нормативных актов по регулированию деятельности кооперативных структур различного вида. Особо отметим, что предусмотрен большой

спектр деятельности по созданию системы сельскохозяйственных кооперативов на региональном уровне.

Поворот интереса государства к поддержке сельскохозяйственных кооперативов как самостоятельных, независимых организаций сельских товаропроизводителей, действующих в их интересах, при нарастании объективных предпосылок к их возникновению вселяет надежды на благоприятные перспективы стабильного поступательного развития кооперативного сектора экономики в системе АПК.

Помимо государства, важное значение в развитии кооперации принадлежит органам местного самоуправления. Без активизации деятельности на местах ускорить процесс кооперирования и до конца осуществить аграрную реформу не удастся. Нами уже отмечался интересный опыт Саратовской области в деле развития и создания системы кооперации. Остановимся на этом чуть подробнее.

Сельскохозяйственные потребительские кооперативы были освобождены от уплаты налога с пользователей автодорог (в части средств, зачисляемых в территориальный дорожный фонд), от уплаты налога с владельцев транспортных средств (в части средств, зачисляемых в территориальный дорожный фонд), от уплаты налога на приобретение автотранспортных средств, от уплаты налога на имущество предприятий (в части средств, зачисляемых в областной бюджет). Органам местного самоуправления рекомендуется предоставлять кооперативам льготы по уплате местных налогов и сборов и содействовать кооперативам в организации торговли собственными готовыми продовольственными товарами.

Кроме того, для кооперативов применяется понижающий коэффициент на потребляемую ими электроэнергию. Все это способствовало динамичному развитию сельскохозяйственных кооперативов вертикального типа в Саратовской области. В этой области процесс кооперирования происходит значительно быстрее и эффективней, чем в Ульяновской области. Поэтому считаем, что и в Ульяновской области необходимо в ближайшей перспективе разработать и принять постановление о предоставлении льгот кооперативным формированиям, обслуживающим сельскохозяйственных товаропроиз-

водителей, естественно, учитывая региональную специфику.

Построение действенной системы вертикальной кооперации должно происходить, как отмечалось «снизу - вверх». Поэтому первоочередной задачей считаем принятие в каждом регионе мер по развитию вертикальных кооперативных формирований, как первый шаг на пути становления эффективного кооперативного сектора экономики в стране.

Опыт зарубежных стран показывает, что территориальный подход является наиболее эффективным принципом организации кооперации. Только снизу вверх можно выстроить действенную систему сельскохозяйственной кооперации. Например, в США организационная структура кооперации выглядит следующим образом:



В странах Северной Европы вся система сельскохозяйственной кооперации возглавляется центральной организацией (или союзом), в которую на правах членов входят национальные или региональные отраслевые союзы вплоть до фермеров. При такой структуре на национальном или региональном уровнях решаются общие стратегические вопросы, а местные кооперативы полностью сосредоточены на решении специфических задач данной местности. Местные кооперативы обладают большой финансовой и производственной самостоятельностью, могут осуществлять новые капитальные вложения, развивать любое направление деятельности.

Также и в нашей стране необходимо создать кооперативную систему, которая выступала бы как симбиоз кооперативных элементов: товаропроизводителей, их объединений, союзов отраслей единого технологического цикла, устойчиво воспроизводящих конечную продукцию АПК на кооперативных принципах. Данная система, на наш взгляд, должна действовать как система нескольких узлов - кооперативы, районные и областные союзы и ассоциации кооперати-

вов, национальные объединения. На каждом уровне должен решаться определенный круг задач (рис. 1).

«Система» - множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которое образует определенную целостность и единство. То есть, система сельскохозяйственной вертикальной кооперации должна являться совокупностью всех необходимых обслуживающих звеньев и организационно-правовых условий, обеспечивающих оптимальный режим функционирования сельских хозяйств. Вся система кооперации должна быть сформирована совместно с другими предприятиями в виде кооперативных объединений, поощряемая через механизм кредитования, финансирования и ценообразования, должна работать на товаропроизводителей, обеспечивая их всеми необходимыми средствами.

Система аграрной кооперации должна обладать гибкостью, легкой адаптированностью к быстро меняющимся условиям внешней среды.

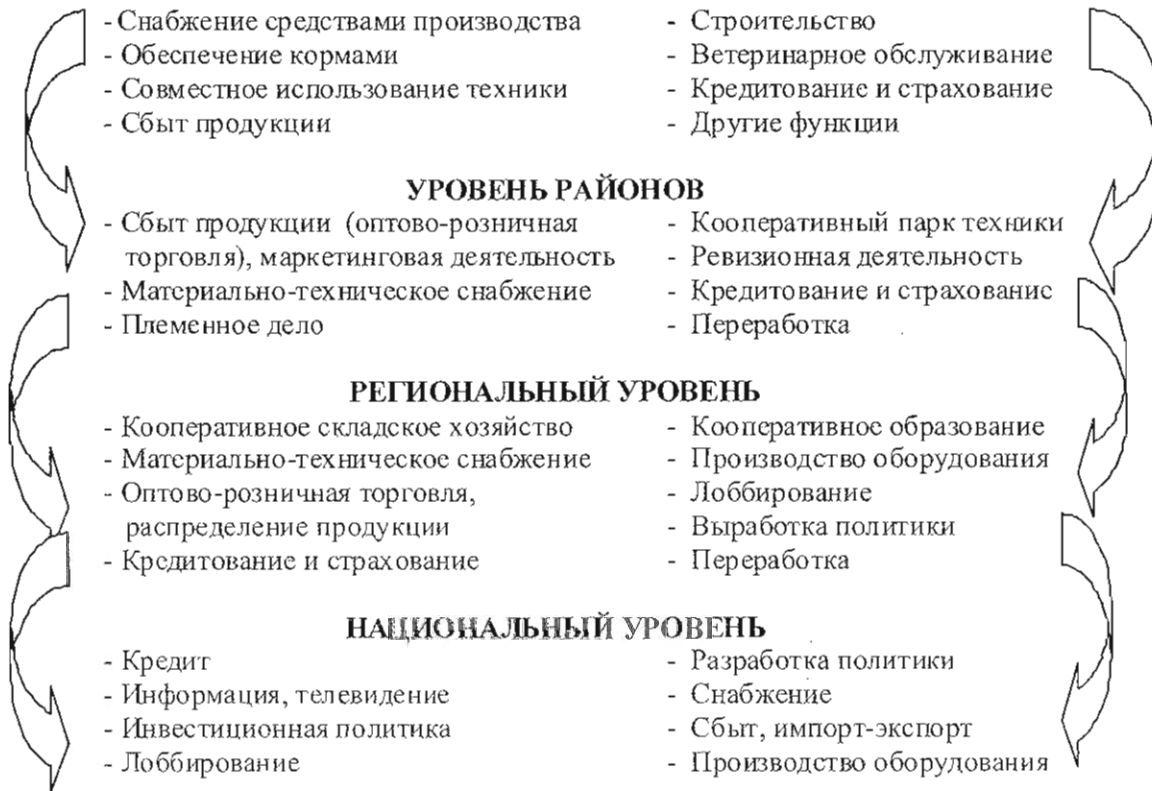
Схема организации системы вертикальной кооперации представляет собой цепь, первым звеном которой служат производители продукции, создающие первичные кооперативы. Первичные кооперативы - основной элемент кооперативного бизнеса - действуют на основе самоуправления и самофинансирования, в принятии решений руководствуются исключительно интересами своих членов.

В сельских населенных пунктах необходимо создавать кооперативные объединения различных форм, связывающие воедино коллективные сельскохозяйственные предприятия, фермерские и личные подсобные хозяйства, специализирующиеся на переработке, реализации сельскохозяйственной продукции, производственном обслуживании и некоторых других видах деятельности.

Особенность кооперативных формирований вертикального типа состоит в том, что сельские товаропроизводители могут состоять одновременно в нескольких кооперативных объединениях.

Считаем, что деятельность вертикальных кооперативов должна носить комплексный характер. Например, в экономически развитых странах происходит сокращение числа кооперативов, а деятельность существующих становится более диверсифицированной. Со временем,

## ПЕРВИЧНЫЕ КООПЕРАТИВЫ



**Рисунок 1 – Предлагаемая схема вертикальной кооперации в Российской Федерации**

по мере развития кооперации, подобные тенденции будут наблюдаться и у нас. Ведь понятно, что, например, молочный кооператив может не только перерабатывать и реализовывать молочную продукцию, но и поставлять производителям необходимое оборудование, организовывать искусственное осеменение скота, племенную и консультационную деятельность. Кооперативы по переработке мяса не должны ог-

раничиваться забоем скота и производством мяса и мясных продуктов, они могут снабжать хозяйства специальными белково-витаминными добавками для кормопроизводства, проводить ветеринарное обслуживание и др. Наконец, каждый из перерабатывающих кооперативов может осуществлять хранение продукции, ее сортировку, сушку, мойку, упаковку, транспортировку, организовывать ее рекламу и сбыт.

### ЛИТЕРАТУРА:

1. *Ананьев М.А., Асмус О.В.* Роль потребительской кооперации в формировании эффективной системы аграрной кооперации // Проблемы повышения эффективности аграрного производства: Материалы Междунар. науч.-практ. конф. 15 – 20 сентября 2002 г. – М.: РГАЗУ, 2002.
2. *Арашуков В.П., Арефьев В.И.* Кооперация в агропромышленном производстве. – М., 2005. – 154 с.

УДК 339.16.012.34

## МАРКЕТИНГ КООПЕРАТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА РЫНКЕ ЭКОПРОДУКТОВ

© 2008 В.Т. Гришина\*

*В статье изучается перспективность отечественного рынка экопродуктов и поиск на нём ниши для кооперативных организаций. По мнению автора, накопленный кооперативными организациями опыт поставки дикорастущих культур на зарубежные рынки в сочетании с элементами современного маркетинга, включая исследования целевого потребителя экопродуктов, могут стать проводником к этой рыночной нише.*

**М**ировой рынок экопродуктов находится на стадии динамичного развития. По разным оценкам, он ежегодно увеличивается на 16–20%. Пельзя говорить, что он переживает ускоренный рост, но развивается вчетверо быстрее, чем рынок продовольственных товаров в целом. И это при цене экопродуктов на 20–30%, а по некоторым и на 100% выше в сравнении с обычными, массовыми продовольственными товарами. Основной объём продаж в Европе приходится на Германию (28% европейского рынка). За ней идут Франция, Италия, Швейцария. Швейцария является лидером по среднечеловековой продаже экологически чистых продуктов(2).

По показателю роста рынок экопродуктов можно характеризовать как молодой, незрелый, реальная ёмкость которого далека от потенциальной. Вместе с тем, западные страны имеют как минимум тридцатилетний опыт работы на этом рынке. Деятельность всех участников рынка чётко регламентирована, законодательство отлажено не только на национальном, но и на международном уровне. Ещё в 1972 г. была образована международная федерация движений за экологическое сельское хозяйство- IFOAM. Эта организация выполняет важную задачу распространения информации и координации деятельности участников рынка. Разработанные

с её участием базисные инструкции призваны сохранить единообразие сертифицирующих программ во всём мире. Таким образом, на сегодня законодательство по производству и поставкам экопродуктов более чем в 100 странах мира разработано по единому образцу. Это позволяет гарантировать высокое качество и соответствие продуктов экологически чистым, где бы они не производились. Отмеченное обстоятельство обеспечивает игрокам присутствие на по сути не ограммированном рынке. Сырьё для экологически чистых продуктов выращивается в экологически чистых местах, удалённых от возможных источников загрязнения (автомобильных дорог, промышленных предприятий и пр.) внушительной буферной зоной. Химические удобрения полностью исключены из обработки земель и посевов. Для борьбы с сорняками и вредителями используются механические средства, входившие ещё в арсенал наших предков. Применение стимуляторов, генетически модифицированных семян, как и ГМО вообще, запрещено. Фермеру во Франции, к примеру, необходимо не менее трёх лет, чтобы получить на свою продукцию маркировку «экологически чистый продукт».

Органический скот и птицу выращивают в свободных условиях, позволяющих реализовать все их поведенческие особенности,

---

*Г р и ш и н а В е р а Т и х о н о в н а – кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и рекламы Российского университета кооперации.*



а в ветеринарии не используют гормоны роста и антибиотики, кроме животного происхождения, что гарантирует натуральность получаемых мясо-молочных продуктов и отсутствие в них нежелательных «аптечных» примесей. Все продукты перерабатывают без искусственных консервантов, ароматизаторов, красителей, улучшителей вкуса. Длительность их хранения обеспечивается исключением доступа воздуха в экологически чистую упаковку, впрыскиванием в неё водорода и т.д. Всё это придаёт продуктам натуральный вкус, не испорченный всевозможными добавками, заменившими природные компоненты в обычных продуктах. Производство и реализация экологически чистых продуктов способствуют как оздоровлению нации, так и окружающей среды, что указывает на определённый социальный аспект экобизнеса.

Следует заметить, что в России до сих пор не определены названия продуктов, о которых идёт речь. Проведённые исследования показывают, что слово «органик» вызывает у потребителей определённое отторжение, равно как и понятия «экологический», «био». Треть российских отечественных компаний для обозначения экологически чистых продуктов питания используют маркировку «натуральный продукт» (3). Около 20% не используют маркировку «экологически чистый продукт», хотя этот термин запрещён к употреблению в качестве маркировки продукции в соответствии с ГОСТ Р 51074-2003. Правовые нормы, определяющие понятие «экологический», «органический», «био» и регламентирующие отношения в сфере его производства, сертификации и продвижения, в России отсутствуют. Отсутствие нормативно-правовой базы, определяющей понятие «экологически чистый продукт», регламентирующей отношения в сфере экологического земледелия и производства экологических продуктов питания, отсутствие системы сертификации таких продуктов, а также форм и методов контроля над их производством и маркировкой, других ключевых принципов - все это сдерживает развитие отечественного рынка экопродуктов. А массовая несанкционированная маркировка при отсутствии информационного пула грозит дискредитацией самого понятия экопродуктов среди потребителей.

В 2004 г. в Москве открылись три первых в России магазина экологически чистых

продуктов. Спустя два - два с половиной года эти магазины прекратили своё существование. Вряд ли стоит сомневаться, что среди причин, приведших к рыночной неудаче, наряду с указанными нормативно-правовыми проблемами, есть и маркетинговые просчёты (1). На сегодня на российском рынке экопродуктов сложилась уникальная ситуация. В последние годы заметно возрос спрос на экопродукты. По данным агентства КОМКОН, 52,65% российских потребителей готовы платить за «чистую» еду дороже, чем за обычную. В столице этот показатель выше. Опросы агентства CVS Consulting показывают, что за экопродукты готовы переплатить 70% москвичей. И это не всегда высокообеспеченные потребители. Среди москвичей, которым денег с трудом хватает на питание, эта доля составляет 37%, а в высокодоходных группах она достигает 80% (3). Очевидны причины возросшего интереса к экопродуктам. Среди них - неблагоприятная экологическая обстановка, забота о безопасном питании, ассоциирующемся с натуральными, экологически чистыми продуктами, рост благосостояния населения, мода на здоровый образ жизни, высокий процент людей, страдающих от аллергии, снижения престижа (питаться не заурядными продуктами, как у простых смертных, а особыми, экологическими, чистыми и полезными) и др. Но помимо спроса необходимо ещё наличие предложения, которое на сегодня весьма ограничено, если не сказать отсутствует, и это не смотря на высокую готовность компаний - производителей продовольствия инвестировать средства в производство экологически чистых продуктов. Вот это обстоятельство - с одной стороны, сформировавшийся спрос, разгорячённый ожиданием потребителей, а с другой стороны, отсутствие предложения - и указывает на уникальную конъюнктуру рынка экопродуктов, потенциальная ёмкость которого в России оценивается в несколько сот миллионов евро. По мнению экспертов, она в разы больше, чем в любом европейском государстве (3). Экологический сертификат по стандартам ЕС в стране имеют только поставщики дикорастущих ягод на экспорт (3). И среди этих поставщиков - кооперативные предприятия и организации. Немногочисленные, ограниченные природно-климатическими особенностями, не располагающие современ-

ной техникой и технологиями производства экологически чистых продуктов, кооперативные организации, вместе с тем, в отличие от других поставщиков имеют исчисляющийся десятилетиями опыт работы на рынке экопродуктов. Уже одно это обстоятельство не позволяет им обходить вниманием рассматриваемый рынок. Способность кооперативных организаций конкурировать на рынке экопродуктов, в т.ч. на мировом, достаточно высока. Дело в том, что отдельные культуры слабо культивируются на Западе или отсутствуют вовсе, а кроме упомянутых ягод некоторые дикорастущие культуры, такие как грибы, кедровые орехи, лекарственное и техническое сырьё просто не имеют мировых аналогов(3). Данное обстоятельство может служить в качестве ориентира при выборе товарного предложения, впрочем, хорошо знакомого кооперативным организациям по заготовительной деятельности. Сегмент дикорастущих культур кооперативным организациям целесообразно стремиться «застолбить» за собой, не допуская туда конкурентов. И здесь накопленный ранее опыт потребует в полной мере. Потенциальный партнёр воспринимает в первую очередь мнение уже состоявшегося клиента или потребителя. Клиентов и партнёров кооперативных организаций, в частности, Карелии, регионов Сибири, опыт работы с ними можно рассматривать в качестве адептов экопроектов кооперативных организаций. Но ещё больший интерес для кооперативных организаций может представлять перевод мясо-молочных продуктов, овощей, фруктов, ягод, выращиваемых в фермерских хозяйствах, на приусадебных участках, заготовкой и реализацией которых они занимались всегда, в категорию «эко» и разработка для них соответствующей концепции продвижения на рынке. Покупатели в первую очередь доверяют продукту, чей путь до прилавка легче проследить. Отечественный продукт легче отследить, легче проверить, где и как он был произведен и кто за него отвечает, а значит, его будут предпочитать. Накопленный в советское и постсоветское время опыт заготовок и реализации сельхозпродукции (в нынешних терминах - экопродукции) может и должен послужить хорошим стартовым потенциалом для занятия своей ниши на рынке. И проводником к такой нише, инструментом овладения ею, безус-

ловно, является маркетинг. Но если на Западе экопродукты в своё время явились своевременным и качественным маркетинговым ходом, способом привлечь внимание потребителей к более дорогой продукции, то у нас вывод и продвижение экопродуктов логично осуществлять как альтернативу сомнительным по непредсказуемости последствий их потребления «искусственным» продуктам из супермаркетов.

Ещё несколько лет назад вывод на рынок нового продукта или категории мог быть спонтанным, по наитию. Сегодня это невозможно без серьёзных предварительных маркетинговых исследований.

Первоначально маркетинговые усилия кооперативных организаций должны быть сосредоточены на позиционирование экопродуктов, предлагаемых к реализации. Мировой опыт не раз убеждал, что это необходимо делать до решения других многочисленных и не менее важных вопросов. Позиционирование - это придание продукции выгодных отличительных качеств в сознании потенциальных потребителей. И тот, кто первым со своим продуктом займёт место в головах потребителей, может рассчитывать на рыночный успех.

Правильное позиционирование экологических продуктов, активное продвижение их в местах продаж позволит этой категории занять крепкую позицию на рынке и откроет двери розничных сетей. Грамотному позиционированию предшествует хотя бы примерная идентификация целевого потребителя. В нашем случае в первую очередь внимание к себе привлекают потребители, возможно, с не самым высоким уровнем доходов, но с высоким уровнем образования и амбиций, формирующие сейчас в России средний класс будущего, не верящие в рекламу, рассчитанную на массовую аудиторию. Это взыскательные покупатели, с которыми не стоит заигрывать, а надо выстраивать прямые откровенные отношения. Для них чаще важны нематериальные ценности, поэтому они выбирают работу с более высоким социальным значением, но с меньшим материальным доходом (учителя, врача и т.д.). Большинство из них когда-либо выращивало овощи и фрукты на дачном или приусадебном участке, имеет чёткое представление о качестве такой продукции и её ценности и с готовностью выберет её на прилавках,

т.к. она выращена дачными или крестьянскими способами, способами, которые они знают и которым доверяют. У большинства потребителей этой группы здоровая, экологическая еда ассоциируется с колхозным рынком 70-80-х годов, с ассортиментом фирменных региональных магазинов потребительской кооперации в столице и других крупных городах в начале 90-х годов. Симбиоз этих продуктов и ассортимента европейского бутика здоровой еды, формата Healthy Store - вот что ждут представители этого сегмента. В целом целевая аудитория экопродуктов куда как разнообразнее. И только изучив её, поняв её мотивацию, можно преуспеть на экорынке. При продвижении на рынке новой идеологии потребления (в нашем случае - потребление экопродуктов), по мнению С. Година, важно завербовать группу стойких её приверженцев, которые затем постепенно обратят в новую веру своих знакомых. При этом необходимо подчеркнуть, что продаются не яйца и помидоры, а здоровье, экология, забота о будущем и счастье ваших детей(2).

Потребителям наиболее понятным является позиционирование товаров в координатах «цена - качество». Не составляют исключения и экопродукты. В Европе экопродукция позиционируется выше товаров премиум - сегмента. Она предлагается как продукты класса бренд-премиум(3). По мнению европейских экспертов рынка, они действительно соответствуют этому уровню и должны позиционироваться именно так, потому что это наилучшие продукты, которые можно приобрести сегодня. Ориентируясь на европейский опыт, кооперативные организации могут предложить и третий, не менее убедительный признак позиционирования: полезность местных ягод, фруктов, овощей. Ведь малина, груши, чёрная редька и многие другие фрукты-овощи, выращенные в регионах проживания потребителей, – это ещё и ценное содержание домашних аптек.

Стратегия продвижения сельхозпродуктов из фермерских, личных подсобных, дачных хозяйств на рынок, как, впрочем, и любая другая маркетинговая стратегия, строится на оценках потенциальной ёмкости рынка. Теория маркетинга располагает целым рядом подходов к определению потенциального спроса. Один из них - метод по

аналогии. Темп и направления развития рынка традиционных продуктов определяются двумя городами: Москвой и Санкт-Петербургом. Именно они, а также ещё 14 мегаполисов страны, включая 10 городов-миллионников, задают тон в моде, искусстве, стиле жизни. Рынки продовольственных товаров можно рассматривать как рынки-аналоги, но этого не достаточно. По мнению рыночных экспертов, развитие экобизнеса, скорее всего, будет повторять географию фитнес-индустрии(2). Города и регионы, где развит фитнес, нужно рассматривать как целевые рыночные сегменты. По взгляд экспертов, выход на московский и другие большие рынки достаточно лёгок, так как в этих городах существуют хорошо развитые каналы дистрибуции.

Для кооперативных организаций интерес может представлять инициирование разработки и реализации концепции формирования «странового бренда» российских экопродуктов, что потребует специальных государственных программ по аналогии с Литвой, где экопродукты можно купить как прямо «со двора», так и в специализированных магазинах и больших супермаркетах. Заслуживает в этой связи изучения и опыт Калининградской области, где принят закон об основах экологической политики. «Страновой бренд» - это очень дорогой проект, но при грамотно разработанной концепции его продвижения, защищаемый государством, он обеспечивает высокие прибыли и долгосрочные рыночные перспективы. Хорошо известное в стране Вологодское масло, производимое только в Вологде, мало пока известный в России, но неоднократно занимавший призовые места на Всемирных выставках сыров ячий сыр, производимый только в Туве, – эти и другие продукты из длинного ассортиментного перечня заслуживают специального изучения в целях их номинации на «страновой бренд». Не меньший интерес в этом ряду может представлять мясная продукция от выкормленного по специальным технологиям домашнего скота (откорм индюшек на орехах, специальное дробное вскармливание свиной, говяжьей «на качелях» и т.п.).

Кооперативным организациям важно определить своё место в таворораспределительной цепочке экопродуктов, получить ответ на вопрос: что выгоднее - поставка и продажа? только продажа? только поставка? При

первом приближении к этому вопросу более предпочтительной выглядит роль поставщика экопродуктов. Наряду с очевидными причинами - отсутствием собственной торговой сети в городах-мегаполисах, опыта торговли в них - выбор в пользу поставщика обусловлен и крайне затратным, строящимся на нюансах, по точности ювелирным маркетингом, предваряющим и сопровождающим розничную продажу экопродуктов. Экопродукты, в силу того, что они не напичканы разного рода удобряющими, выглядят несколько иначе. Фрукты-овощи, например, не такие крушные и внешне привлекательные, к каким привыкли посетители супермаркетов. И уже одно это требует специальных маркетинговых решений. Срок хранения у экопродуктов короче по сравнению с традиционными продуктами, т.к. они не содержат консервантов. Экопродукты требуют больших затрат времени на своё приготовление, поэтому необходимо мощное рекламно-консультационное сопро-

вождение. Очевидно, потребуются специальное оборудование для торговых залов, возможно, с необычными с точки зрения дизайна решениями, потребуются специальные фирменные стойки. Острее, чем в торговле традиционными продуктами, стоит вопрос о предоставлении соответствующего сервиса покупателям экопродуктов. Ещё не сформировалась индустрия их обработки, а значит, к примеру, экологически чистая курица требует больше усилий и времени для обработки. Следовательно, привыкшему к скорости обслуживания покупателю необходимы соответствующие услуги, возможно, кулинарного характера. Кроме маркетинга, в пользу сетевых супермаркетов крупных городов при выходе на рынок говорит и их отлаженная система поставок, которая упрощает выход на рынок, избавляет от необходимости вести бесконечные переговоры по поставкам и продвижению продуктов с многочисленными мелкими магазинами.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. *Гришина В.Т.* Особенности маркетинга торговли экопродуктами // Национальные традиции в торговле, экономике, политике и культуре. Тез. докл. VI Междунар. науч.-практ. конф. в рамках Васильевских чтений. М.: Изд-во РГТЭУ, 2007. Ч. 1
2. *Петрова Ю.* Общество с органической ответственностью // Секрет фирмы. 2007. №10. С. 51-56.
3. [www.vitrinapress.ru](http://www.vitrinapress.ru) по состоянию на 20.11.2007 г.  
[www.bakom.ru](http://www.bakom.ru) по состоянию на 20.11.2007 г.

## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 339.138

# ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ В ЛОГИСТИКО-МАРКЕТИНГОВОМ УПРАВЛЕНИИ

© 2008 Т. Покуса, В. Потвора\*

*Современные компании находятся в постоянных поисках новых решений для повышения степени удовлетворения потребителя путем интенсификации, коммуникации и применения методов логистическо-маркетингового управления.*

Существующие тенденции в управлении требуют от предприятий создания уникального конкурентного преимущества, основанного на компетенции и ресурсах, причем ведущее значение для выживания и достижения успеха на рынке будут иметь, главным образом, показатели эластичности и времени (скорость реагирования), качества (приспособление к потребностям клиента) и затрат (рационализация глобальных затрат). Обязательной становится, следовательно, ориентация на доставку клиентам требуемой ценности путем организации верных, динамичных и эластичных процессов и их интеграции в глобальные сети поставок. Благодаря инновационному использованию информационных технологий и формированию сети, основанной на особом умении ее участников, возрастает также уровень использования *outsourcing*, что, в свою очередь, приводит к возникновению виртуальных организаций. Все более широко применяется *e-business* как современный инструмент обмена информацией во всей цепи коммуникации и доставки ценности конечным клиентам. Имея ввиду вышеназ-

ванные тенденции, можно допустить, что в ближайшее время последуют попытки и поиски новых решений в аспекте возможного повышения степени удовлетворения потребителя путем интенсификации, коммуникации и применения методов логистическо-маркетингового управления.

Таким образом, можно утверждать, что маркетинг и логистика указывают на определенный «пункт выхода» в процессе функционирования предприятия в условиях рыночной экономики. В случае маркетинга предметным пунктом выхода является клиент вместе с целой структурой и областью его потребностей, желаний, ожиданий, вкусов и склонностей. В то же время предметным пунктом выхода становится спрос, понимаемый как открытое стремление к приобретению определенных товаров на основе потребностей и покупательских возможностей.

В свою очередь, что касается логистики, то ключевое положение заключается в ориентации, связывающей традиционные сферы перемещений (снабжение, производство, распределение/сбыт) в масштабе предприятия и всей цепи поставок. Более того, маркетинг и

---

*П о к у с а Тадеуш – кандидат экономических наук, декан Высшей школы управления и администрирования в Ополе (Польша).*

*П о т в о р а Витольд – кандидат экономических наук, проректор Высшей школы управления и администрирования в Ополе (Польша).*

логистика как специализированные области современного управления характеризуются точно определенной собственной структурой, которую можно представить в свете основных фаз процессов логистико-маркетингового управления предприятием<sup>1</sup>.

В последние десятилетия в области этого управления возникли и укрепились отличные от классических способы деятельности и реализации целей, поставленных перед предприятием. Знаменательным является то, что в отношении и к маркетингу, и к логистике их развитие было стимулировано и детерминировано показателями, которые определили существующее измерение и состояние этой ориентации.

Многомерность и многоаспектность характера проблематики как современного маркетинга, так и логистики требуют систематизации и комплексного понимания этих задач, что в свою очередь могло бы указать на несомненные преимущества и потенциальные возможности, которые возникают при их интеграции, особенно в контексте эффективности процессов создания и реализации ценности для всех участников рынка.

Выводы, вытекающие из анализа тенденций развития, требуют уточнения исходных данных для разработки концепции логистико-маркетингового управления, являющейся главным стержнем размышлений в этом разделе. С этой целью необходимо провести дальнейший углубленный анализ литературы с точки зрения обязательности интеграции логистики и маркетинга в управлении. Различные интерпретации понятийной сферы логистики и маркетинга негативно влияют на понимание их существа, что отрицательно проецируется на формулирование конструктивных выводов в отношении практической интеграции. Наконец, из-за отсутствия сознания выгоды, вытекающей из такого подхода, запоздалым является процесс практического аккумулированного внедрения этих концепций. В то же время предпосылки объединенного применения логистики и маркетинга вытекают как из самой природы обеих областей, так и внешних источников, определяя одновременно обязательность комплексного подхода к ним в оперативной и стратегической плоскости. Определение взаимозависимости интеграции необходимо усматривать в уже представляемой эволюции концепции логистики и мар-

кетинга, потому что именно здесь можно заметить много общих элементов. Вытекает это, очевидно, из факта, что они взаимно дополняются, помогая предприятию достичь рыночного успеха. Обе области должны, исходя из своей природы, выполнять ключевую роль в управлении. В теории в последнее время доминирует взгляд, что трактовка их как отдельных конкурентных концепций не рационально и приводит к утрате ряда потенциальных выгод<sup>2</sup>.

К сожалению, как уже упоминалось, в польской литературе до сегодняшних дней по-прежнему редко рассматривается проблема интеграции логистики и маркетинга в современном измерении. Польские авторы представляют логистику и маркетинг чаще всего как объединение сфер снабжения и сбыта в рамках логистической системы, придавая ей как правило характер единственно инструментальный. Представим несколько точек зрения в этой части.

Весьма общую модель интеграции маркетинга и логистики, называемую концепцией логистико-маркетингового управления, предлагают в своей работе F. Beier и K. Rutkowski. Авторы, однако, ограничивают поле своих рассуждений, а тем самым и основные предпосылки интеграции маркетинга и логистики, до трех составляющих плоскостей – формирования удовлетворения клиента, интегрированных маркетингово-логистических действий и получения предприятием прибылей как измеряемых эффектов интеграции. F. Beier и K. Rutkowski подводят, следовательно, проблему интеграции маркетинга и логистики к деятельности, имеющей своей целью удовлетворение клиента (в понимании поставщика, посредника, конечного потребителя) путем использования возможностей, содержащихся единственно в маркетинговом (*marketing-mix*) и логистическом (*logistyka-mix*) инструментарии, что в свою очередь переносится, по мнению авторов, на максимализацию долговременных прибылей предприятия, гарантируя при этом достижение наименьших глобальных затрат при заданном уровне обслуживания клиента. Предложение это, таким образом, относится к оперативной плоскости маркетингово-логистической деятельности, которая, обеспечивая удовлетворение клиента, способствует достижению рациональных выгод для предприятия<sup>3</sup>.

Авторы научного сборника под редакцией E. Goiembskiej, а также Cz. Skowronek, Z. Sarjusz-Wolski и S. Krawczyk объясняют определенные логистические процессы в сфере снабжения и в сфере распределения как потенциальные проявления интеграции маркетинга и логистики.

Что касается первой сферы, то относительно часто используется понятие так называемого маркетинга закупок. Cz. Skowronek и Z. Sarjusz-Wolski дополнительно интерпретируют при этом – следом за T. Wojciechowskim – эту категорию как «заведомо продуманный комплекс решений и действий предприятия, определяющий его политику и стратегию в сфере материального снабжения и вытекающий из них выбор наиболее выгодных для покупателя источников и форм закупок каждого конкретного ассортимента»<sup>4</sup>.

M. Szymczak очень похоже называет маркетинг закупок (снабженческий) как «осмысленный комплекс решений и действий производственного предприятия, определяющий его стратегию в сфере снабжения средствами производства»<sup>5</sup>. При этом он указывает, что идет так называемого «обратного (противоположного) маркетинга»<sup>6</sup> (или маркетинга закупок (снабжения) родилась из возрастающей сложности процессов, происходящих на ресурсно-материальном рынке, обязательности субституции материалов и составляющих с целью преодоления конкуренции и значительной доли материалов в общих затратах производства продукции»<sup>7</sup>.

Гораздо более значительные проявления интеграции маркетинга и логистики отмечены выше названными авторами в отношении ко второй сфере, а именно к сфере распределения. Cz. Skowronek и Z. Sarjusz-Wolski считают, что вообще нельзя говорить о логистике процессов распределения на предприятии без учета функций и задач маркетинга,<sup>8</sup> не выясняя, однако, сущности маркетингово-логистического управления, а единственно ссылаясь на приведенное выше предложение F. Veiera и K. Rutkowskiego. В свою очередь M. Siawicka рассматривает интеграцию маркетинга и логистики в контексте показателей развития стратегии распределения, среди которых выделяет целевой рынок (в понимании числа и структуры клиентов, их размещения, привычек и склонностей) и показатели, связанные с принятой концепцией маркетинга: цели маркетинга (например, рост продаж, доля на рынке, форми-

рование имиджа), продукт и его характеристики, политику цен и стратегию продвижения<sup>9</sup>.

Возвращаясь к проблеме логистических процессов в сфере распределения как проявления интеграции маркетинга и логистики, целесообразно привести и мнение S. Abta, который эту проблему рассматривает в контексте нескольких измерений, а именно использования методов анализа в логистике, стратегии цен, продвижения и распределения, а также основных выгод, достигаемых предприятием при применении маркетинга. Упомянутые выгоды, как, например, оптимизация использования ресурсов, рост экспансии предприятия на рынке, повышение способности приспособления, в том числе в распределении, привели – по мнению S. Abta – к интеграции маркетингового управления с логистическими решениями<sup>10</sup>.

E. Goiemska в отношении к проблематике интеграции маркетинга и логистики доказывает, что значение функции маркетинга в логистике связано с систематизацией трех основных так называемых форм активности, приводящих к намеченным «интеграционным эффектам»:<sup>11</sup>

- идентификации общих условий, связанных с рынком, в рамках которого действуют предприятия;
- определения целей маркетинговой деятельности в логистике;
- определение путей реализации целей маркетинговой деятельности в логистике.

J. Coyle, E. Bardi и C. Langley рассматривают проблематику интеграции маркетинга и логистики аналогично F. Veier и K. Rutkowski. По мнению этих авторов, плоскость интеграции инструментов *marketing-mix* (продукт, цена, продвижение, распределение) и *logistyka-mix* (транспорт, складирование, перегрузка, управление ресурсами, упаковка, маркировка и т.д.) определяется главным образом обслуживанием клиента, которое становится результатом маркетинговых и логистических действий, обеспечивающих ценность для клиента<sup>12</sup>.

Особого внимания заслуживает то, что эти авторы подчеркивают потенциальный эффект от интеграции маркетинга и логистики, касающийся прежде всего возможности значительно более лучшего удовлетворения потребностей клиентов и разрешения их проблем. Подобную позицию занимает J. Witkowski, который доказывает, что потенци-

альную связь маркетинга и логистики можно искать в совместной для обеих концепций проблеме обслуживания клиента, причем с пункта видения маркетинга она охватывает процессы, связанные с реализацией продажи, методами и техникой продажи, гарантийным и послегарантийным сервисом, рассмотрением и устранением рекламаций.

В сравнении с проанализированными выше подходами, приблизительно также развивается интеграционный аспект в польских организациях, где разделение маркетинга и логистики по-прежнему достаточно повсеместно. Это тем более непонятно, что взаимозависимость этих сфер активности предприятий была очевидна уже от начала их существования, а следовательно, и необходимость их совместного применения должна была бы быть очевидной. Тем временем, остается точное подтверждение аргументов применения интегрированного подхода логистики и маркетинга. Отсюда также дальнейшего уточнения требует проблематика переоценки функции управления логистики и маркетинга в направлении логистико-маркетингового управления в историческом понимании.

В 50-х годах логистика определялась как инструмент распределения, которое, в свою очередь, представляет собой один из четырех составляющих *marketing-mix* (4P). Однако тогда наибольшее внимание уделялось трем остальным элементам, или продукту, цене и продвижению<sup>13</sup>. Исходя из положения, что основной целью предприятия является удовлетворение потребностей клиентов, такой подход стоит признать совершенно необоснованным. Ибо он наводит на мысль, что логистика в процессе создания и доставки продукта на рынок в ограниченном мере, либо вообще не имеет отношения к повышению ценности. Однако, как доказывают позже R. Johnson и P. Lawrence, H. Meffert, H. Kotzab и Ch. Teller или H. Pfohl, большая часть ценности, удовлетворяющей потребности клиента, возникает именно в сфере логистики<sup>14</sup>. Логистика участвует в создании потребительской ценности товара путем обеспечения его фактического размещения в аспекте времени и места, а также представления желаемой информации о нем (например, касающейся заказа). Кроме этих очевидных фактов, распределение, а с ним и логистика рассматривались тогда как дополнительные затраты. Ориентация же на затраты противоположна рыночной ориента-

ции, что приводило к разделению маркетинга и логистики. В результате наступило параллельное развитие концепции логистики и маркетинга, а это вызвало все больше предпосылок и областей для интеграции<sup>15</sup>. Независимое развитие логистики и маркетинга не означало, что тем временем не предпринимались попытки их объединения.

В 70-х годах H. Pfohl представил принципы маркетинговой логистики, используя эту категорию для описания обеих связанных с рынком логистических подсистем, так называемых логистики снабжения и логистики распределения. Они представляют сферы предприятия, находящиеся в самой сильной связи с рынком, а следовательно, с целью улучшения качества удовлетворения потребностей поставщиков и получателей необходимо обратить особое внимание на проблему координации этих «стыков» как потенциальных источников конфликтов. Имеется ввиду прежде всего координация логистики, являющаяся основным преимуществом, поддерживающим широко понимаемую способность приспособления. Речь идет именно об особенностях логистики, вытекающих из системного подхода к ней, или о гармонизации внутренних отношений на предприятии и отношений к окружению. В первом случае ключевыми заданиями логистики являются: стратегическое включение целой системы логистики и маркетинга в сферу управления предприятием; рационализация всей системы и ее составляющих, а также координация целей системы логистики и маркетинга с общими и специфическими целями организации<sup>16</sup>. Другое измерение касается соответствующего формирования отношений между действиями и целями логистико-маркетинговых систем с соответствующими системами поставщиков и получателей в сети создания ценности. Возможность полного использования координационных атрибутов и получения синергетических эффектов зависит от принятых долговременных приоритетов при организации маркетинговой и логистической деятельности. Таким образом, появляется необходимость интеграции логистики и маркетинга в стратегической плоскости.

Интеграция на этом уровне приводит к системному формированию целой сети создания и доставки ценности для клиентов, причем наступает это путем разработки и внедре-



ния соответствующей интегрированной логистико-маркетинговой стратегии. В этом аспекте выработка общей логистико-маркетинговой стратегии конкуренции, рассматривающей обслуживание клиента и логистические действия как предпосылку этой реализации, может быть основой для отыскания стратегической позиции успеха на рынке.

Согласно P.Blaik, J.Coyle, E.Bardi, S.Langley, логистику можно рассматривать как потенциал и стратегический инструмент маркетинга, поддерживающий рыночную стратегию предприятия и определяющий ее эффективность. Аналогично считает J.Kgulis-Randa, который предлагает воспринимать маркетинговую логистику как интегрированную функцию маркетинга, сориентированную на реализацию его целей<sup>1</sup>. Определяя, следовательно, логистику в маркетинг как подсистему общей конкурентной стратегии предприятия, он предлагает признать, что не существует возможность реального достижения успеха на рынке без их совместного использования. С одной стороны, сферы эти в большой степени совпадают, а с другой, взаимно дополняют в создании основ развития организации.

В настоящее время в мировой литературе<sup>18</sup> пропагандируется интеграция логистики и маркетинга на высшем организационном уровне, или включение логистико-маркетинговой стратегии в общую стратегию и даже миссию предприятия, а также использование ее как основной ориентации в управлении целой сетью создания и доставки

ценности. Результатом этого является рождение концепции интегрированного логистико-маркетингового управления. Современные тенденции в управлении указывают на растущее значение совместного использования логистики и маркетинга не только на оперативном уровне, но и во всех фазах и на всех уровнях управления сетью поставок. В таком понимании интеграция становится источником формирования нового потенциала для роста полезности и рыночных экономических эффектов, определяющих эффективность и точность функционирования, а следовательно, и успех на рынке. Однако широкая гамма этих возможностей по-прежнему не используется, и это вызывает необходимость дальнейшего анализа этих проблем.

Речь идет исключительно об анализе роли концепции логистико-маркетингового управления в процессе повышения экономической эффективности на рынке и в достижении долгосрочного конкурентного преимущества потока и сети поставок ценности.

Названные предпосылки приобретают исключительное значение не только в польской, но и в российской экономике последних лет. Детерминанты роста значения логистики и маркетинга и других современных концепций управления вызывают необходимость их интеграции с точки зрения необходимости поиска предприятием новых источников конкурентного преимущества в быстро меняющейся конъюнктуре современного рынка.

<sup>1</sup> Blattberg R.C., Briesch R., Fox E. J. How Promotion Work, Marketing Science 14 No. 3, Part 2 of, 1995; Christopher M. Logistics and Supply Chain Management, Pitman Publishing, London, 1994. S.34; Moncrief W. C., Cravens D. W. Technology and the changing marketing world // Marketing Intelligence & Planning, 2000. № 17 / 7.

<sup>2</sup> Min S., Mentzer J. The role marketing in supply chain management // International Journal of Physical Distribution & Logistics Management 30, 2000/9. S.765 – 787; Svensson G. The theoretical foundation of supply chain management // International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 32, 2002/9, S.734 – 754; Blaik P. Logistyka. Koncepcja zintegrowanego zarządzania, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2001. s.173-210, Beier F., Rutkowski K., Logistyka. Wprowadzenie do logistyki. Podejmowanie menedżerskich decyzji logistycznych. Studia przypadków logistycznych. Logistyczna gra decyzyjna, SGH, Warszawa 1995, s 30-36.

<sup>3</sup> Шире см.: F. Beier, K. Rutkowski, *Logistyka. Wprowadzenie do logistyki. Podejmowanie menedżerskich decyzji logistycznych. Studia przypadków logistycznych. Logistyczna gra decyzyjna*, SGII, Warszawa 1995, s.30 и следующие ниже. На концепцию F. Beiera и K. Rutkowskiego, приводимую сразу за D. Lambertem и J. Stockiem, ссылается также в своей работе M. Soltysik - см. M. Soltysik, *Zarządzanie logistyczne*, AE, Katowice 1996, s.46-47.

<sup>4</sup> Cz. Skowronek, Z. Sarjusz-Wolski, *Logistyka w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa 1995, s.109., S. Krawczyk, *Logistyka w zarządzaniu marketingiem*, Wydawnictwo AE Wrocław 2000, s.38-58.

<sup>5</sup> *Kompendium wiedzy o logistyce*, (red.) E. Gołemska, PWN, Warszawa-Poznań 1999, s.188.

<sup>6</sup> Формулировка М. Szymczaka – „обратный маркетинг” – относительно редко встречается в литературе по маркетингу, главной причиной чего являются определенная боязнь и сомнения, касающиеся терминологии этого определения. Кроме М. Szymczaka, на понятие «обратный маркетинг» ссылаются также Т. Wojciechowski и D. Kisperska-Moroń – см. Т. Wojciechowski, *Marketing i logistyka na rynku środków produkcji*, PWE, Warszawa 1995, s.133 и D. Kisperska-Moroń, *Wpływ tendencji integracyjnych na rozwój zarządzania logistycznego*, AE, Katowice 2000, s.16.

<sup>7</sup> *Kompendium wiedzy o logistyce*, op. cit., s.188. См также: М. Szymczak, *Logistyka w strategiach marketingowych przedsiębiorstw*, (w:) *Logistyka w tworzeniu przewagi konkurencyjnej firmy*, (red. nauk.) М. Ciesielski, AE, Poznań 2001, s.35-37.

<sup>8</sup> Cz. Skowronek, Z. Sarjusz-Wolski, *Logistyka w przedsiębiorstwie*, op. cit., s.140.

<sup>9</sup> *Kompendium wiedzy o logistyce*, op. cit., s.210.

<sup>10</sup> S. Abt, *Zarządzanie logistyczne w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa 1998, s.197-204.

<sup>11</sup> См. E. Gołemska, *Logistyka jako zarządzanie łańcuchem dostaw*, AE, Poznań 1994, s.93-95.

<sup>12</sup> Шире см.: J. Coyle, E. Bardi, C. Langley, *The Management of Business Logistics*, West Publishing Company, St. Paul 1996, s.109-111.

<sup>13</sup> Abt S., *Systemy logistyczne w gospodarowaniu. Teoria i praktyka logistyki*, Akademia Ekonomiczna, Poznań 1995, s. 68 – 69.

<sup>14</sup> Речь идет о пользе, вытекающей из формы (структуры), права на товар, информации, места и времени. Четыре из них (кроме пользы, вытекающей из формы, возникают главным образом в логистической системе. Шире см. Pfohl H., *Systemy logistyczne. Podstawy organizacji i zarządzania*, Instytut Logistyki i Magazynowania, Biblioteka Logistyka, Poznań 1998, s. 22, 23., R. Johnston, P. Lewrance, *Beyond vertical integration – the rise of the value-adding partnership*, Harvard Business Review, 66, 1988, 4, s.94-101. H. Meffert, *Zwischen Kooperation und Konfrontation: Strategien und Verhaltensweisen im Absatzkanal*, Beisheim, O., Distribution im Aufbruch., Bestandsaufnahme und Perspektiven, Vahlen, Munich, 1999, s. 407-424, H. Kotzab, Ch. Teller, *Value-adding partnership and co-opetition models in the grocery industry*, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol 33, 2003/3 s.268-281.

<sup>15</sup> Blaik P., *Logistyka. Koncepcja...*, op. cit., s. 165., Svensson G., *The theoretical foundation of supply chain management*, [w]: International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, vol 32, 2002/9 s.734 - 754, Min, J. T. Mentzer., *The role marketing In supply chain management* [w]: International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, vol 30, 2000/9, s.765-787.

<sup>16</sup> Так понимает выгоды и преимущества системной концепции логистики Р. Траутманн (1976), в: Długosz J., *Relacyjno-ja-kościowa koncepcja logistyki w zarządzaniu*, Akademia Ekonomiczna, Poznań 2000, s. 74. Aurifeille J.M., Colin J., Fabbe-Costes N., Jaffeux C., Pache G., *Management logistique. Une approche transversale*, Litec, Paryż, 1997, s.43-51, Baumgarten H., Wiegand A., *Managementtrends und -entwicklungen in der Logistik. Ergebnisse der Untersuchung Trends und Strategien in der Logistik 2000*, Technische Universität Berlin, BVL, Berlin 1997, s.112-123.

<sup>17</sup> Шире см. Blaik P., *Logistyka a marketing w strategicznym zarządzaniu przedsiębiorstwem*, „Handel Wewnętrzny”, nr 4-5, s. 10. Coyle J., Bardi E., Langley C., *The Management of Business Logistics*, West Publishing Company, St. Paul 1996. s.38-44, ECR Europe Project facilitated by Roland Berger & Partner, Working Three-together. Transport Consolidation with the Involvement of Logistic Service Providers, phase II, United Communications, Opwijk - Belgium 1999, Kisperska-Moroń D., *Wpływ tendencji integracyjnych na rozwój zarządzania logistycznego*, AE, Katowice 2000. Krulis-Randa J., *Marketing-Logistik. Eine Systemtheoretische Konzeption der Betrieblichen Warenverteilung und Warenbeschaffung*, Paul Haupt Verlag, Bern-Stuttgart 1977, s.167-178.

<sup>18</sup> Речь идет главным образом об авторах немецких, английских и скандинавских (W. Delfmana, P. Feyta, M. Duerlera, H. Klöppera, S. Mina, J. Mentzera, M. Christophera, G. Svenssona).

# КАЧЕСТВО, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ И ЕЕ ФУНКЦИОНАЛЬНО- СТОИМОСТНОЙ АНАЛИЗ

© 2008 О.В. Кочеткова, Ф.А. Петрище, И.И. Постников\*

*С учетом оценки качества товаров приведен алгоритм конкурентоспособности продукции на основе функционально-стоимостного анализа.*

**В** настоящее время выделяют несколько возможностей для предприятий добиться конкурентных преимуществ выпускаемой продукции [2,3]:

- нацеленность на специфические запросы клиентов;
- способность обеспечивать рыночное положение уникальными сбытовыми проектами;
- опора в выпуске продукции на специфические способности и ресурсы предприятия, которые не могут быть реализованы конкурентами.

Опорной базой достижения конкурентных преимуществ выпускаемой продукции является превосходство предприятия в области качества, невозможности воспроизвести другими, уникальности продукции [3].

Наиболее значимые разработки российских ученых в области оценки конкурентоспособности продукции частично обобщены [1,3,4,5].

Самые оригинальные решения оценки конкурентоспособности представлены [1,3,6].

Коллектив ученых Санкт-Петербургского университета экономики и финансов в пе-

риод до 1995 г. разработал и апробировал «Методику комплексной оценки товарных систем» [1]. Существенным успехом можно считать реализацию метода функционально-стоимостного анализа [7], и комплексного технико-экономического анализа конкурентоспособности потребительских товаров [6], которые выполнены в Московском университете потребительской кооперации.

Повышение качества и роста конкурентоспособности выпускаемой продукции при одновременном снижении затрат на ее изготовление является одной из актуальных задач экономического развития отрасли. В решении этой задачи важная роль отводится функционально-стоимостному анализу (ФСА), позволяющему охватить все факторы движения продукции с момента ее зарождения до момента потребления и утилизации. Функционально-стоимостный анализ – это метод системного исследования функций объекта (изделия, процесса, структуры) направленный на минимизацию затрат в сферах проектирования, производства и эксплуатации объекта при сохранении (повышении) его качества и полезности.

---

*К о ч е т к о в а Ольга Владимировна – доктор технических наук, профессор, заведующая кафедрой информационных технологий Волгоградского кооперативного института.*

*П е т р и щ е Франц Антонович – доктор технических наук, профессор кафедры кафедры товароведения, товарного консалтинга и аудита Российского университета кооперации.*

*П о с т н и к о в Иван Иванович – доктор технических наук, профессор кафедры информационных технологий Российского университета кооперации.*

ФСА относится к перспективным методам экономического анализа. В нем успешно используются передовые приемы и элементы инженерно-логического и экономического анализа. Отличительной особенностью является его высокая эффективность, которая способствует снижению издержек производства в среднем на 20–25%. В зарубежной практике ФСА используется под названием «анализ стоимости» и «инженерно-стоимостной анализ», [5].

Нами в ФСА под функцией понимаются внешние проявления продукции в системе (человек – изделие – среда), т.е. ее потребительские свойства.

ФСА проводится в пять этапов (подготовительный, информационный, аналитический, исследовательский и рекомендательный).

Целевая ориентация данного анализа: обеспечение эквивалентных характеристик изделий при меньших затратах. Для обозначения этого метода в зарубежной литературе применяется также термин «руководство ценностью», или «управление ценностью».

В России накоплен опыт использования метода ФСА. Имеются теоретические разработки и методические материалы по его применению в машиностроении, электронной, электротехнической, угольной промышленности и других отраслях народного хозяйства. Значительный вклад в теоретическое обоснование и практическое применение метода ФСА внесли отечественные ученые-экономисты М.Г. Карцунин, Б.И. Майданчик, Н.К. Моисеева, А.Д. Щермет и др. [5].

В период своего зарождения метод ФСА рассматривался только как инструмент поиска излишних затрат в существующих изделиях. По мере освоения и распространения ФСА стали применять и как средство предупреждения возникновения неэффективных решений уже на стадии проектирования и производства изделий, в сфере организации и управления различными работами.

ФСА имеет принципиальное отличие от обычных способов снижения производственных и эксплуатационных затрат, так как предусматривает функциональный подход. Сущность такого подхода – рассмотрение объекта не в его конкретной форме, а как совокупность функций, которые он должен выполнять. Каждая из них анализируется с позиции возможных принципов и способов

исполнения с помощью совокупности специальных приемов. Оценка вариантов построения объекта производится по критерию, учитывающему степень выполнения и значимость функций, а также размер затрат, связанных с их реализацией на всех этапах жизненного цикла [6].

Функциональный подход заставляет изучать не только конкретные потребности заказчиков, но и глубже анализировать количественную и качественную стороны этих потребностей, перестраивать под них производство.

Функция в широком понимании – это деятельность, обязанность, работа, назначение, роль. В ФСА под функцией понимают внешнее проявление свойств какого-либо объекта в данной системе отношений [4,7,8].

Функции, выполненные объектом, могут быть подразделены на основные, вспомогательные и ненужные. Основные функции определяют назначение изделия. Вспомогательными являются функции, способствующие выполнению основных функций или дополняющие их. Ненужные функции не содействуют выполнению основного назначения конструкции, а напротив, ухудшают технические параметры или экономические показатели объекта.

Цель ФСА состоит в развитии полезных функций объекта при оптимальном соотношении между их значимостью для потребителя и затратами на их осуществление [5,6,7].

К сожалению, несмотря на имеющийся богатейший теоретический и практический опыт, в настоящее время на отечественных предприятиях методу ФСА должного внимания не уделяется. К основным причинам сложившейся ситуации можно отнести:

- 1) недостаточную заинтересованность руководителей предприятий;
- 2) отсутствие на многих предприятиях маркетинговых служб;
- 3) недостаточность финансовых ресурсов для проведения ФСА;
- 4) большую трудоемкость работ по проведению ФСА;
- 5) разрушение налаженных связей с бывшими партнерами по СНГ и др.

Для проведения ФСА, на наш взгляд, необходимо создать рабочую группу, в состав которой входили бы специалисты различных профессий: инженеры, конструкторы, технологи, дизайнеры, производственники, финансисты, товароведы-эксперты,

маркетологи, менеджеры, а также представители заказчиков (покупателей), поставщиков и смежников. В распоряжение группы необходимо представить всю информационную документацию об изделии: стандарты, технические условия, комплект конструкторской и технологической документации, данные об аналогах (проспекты, образцы), данные по рекламациям и браку, экономические показатели по изделию, отзывы покупателей о качестве выпускаемой продукции и др. [8].

При проведении ФСА специалисты должны полностью абстрагироваться от реально существующего объекта или принятого ранее решения, показать, что это решение не является и не может являться единственным, что даст широкий простор научно-техническому творчеству. При этом целесообразно было бы использовать наиболее эффективные методы прогнозирования на основе индивидуальной и коллективной экспертизы: «мозговая атака», синтетика (способ прогнозирования по аналогии): метод «Дельфы» (опрос по заранее подготовленным анкетам); АРИЗ (алгоритм решения изобретательных задач) и др. [5,6,8].

До недавнего времени в исследовании стоимости материальных объектов основным, применяемым в течение многих десятилетий, был предметный подход. Специалисты, занятые проблемой снижения затрат, формулировали задачу следующим образом: как снизить затраты на данное изделие? Внимание концентрировалось на поиске лучших способов изготовления изделия в рамках уже принятого конструкторского решения [6,7].

Однако предпринимавшиеся меры не всегда приводили к желаемым результатам. В некоторых случаях следствием этого подхода было даже ухудшение характеристик изделия, поскольку большая часть завышенных затрат оказывалась за пределами исследования и оставалась нетронутой.

При функциональном подходе специалисты, наоборот, должны отвлекаться от реальной конструкции анализируемой системы и сосредотачивать внимание на ее функциях. Для них исследуемый объект - комплекс функций, их совокупность. В этом случае изменится направление поиска путей снижения затрат. Четко определив функции анализируемого объекта, специалисты должны фор-

мулировать опрос по другому: «Необходимы ли эти функции? Если да, то необходимы ли предусмотренные количественные характеристики? Каким наиболее экономичным путем можно достичь выполнения функций?» Такая формулировка опроса изменяет сложившийся стереотип мышления и позволяет добиться такого экономического эффекта, которого не удастся достичь с помощью других методов.

ФСА необходимо проводить в несколько этапов [4,5].

На первом, подготовительном, этапе необходимо уточнить объект анализа - носитель затрат. Это особенно важно при ограниченности ресурсов производителя. Например, выбор и разработка или усовершенствование продукции, выпускаемой в массовом порядке, может принести предприятию значительно больше выгод, чем выпуск более дорогого изделия, производимого мелкосерийно. Данный этап завершается, если найден вариант с более низкой по сравнению с другими себестоимостью и высоким качеством [5].

На втором, информационном, этапе необходимо собрать данные об исследуемом объекте (назначение, технико-экономические характеристики) и составляющих его компонентах, деталях (функции, материалы, себестоимость). Они поступают несколькими потоками по принципу открытой информационной сети из конструкторских, экономических подразделений предприятия и от потребителей к руководителям соответствующих служб. Оценки и пожелания потребителей должны аккумулироваться в маркетинговом отделе. В процессе работы исходные данные должны обрабатываться, преобразуясь в соответствующие показатели качества и затрат, проходя все заинтересованные подразделения, и поступать к руководителю проекта [5].

На третьем, аналитическом, этапе необходимо подробно изучить функции изделия (их состав, степень полезности), его стоимость и возможности уменьшения путем отсека второстепенных и бесполезных функций. Это могут быть не только технические, но и органолептические, эстетические и другие функции изделия или его деталей, узлов [6,7].

На аналитическом этапе, например, изучаются потребительские свойства продук-

ции (структура или состав, степень полезности), себестоимость и возможности ее снижения путем отсеечения второстепенных и бесполезных свойств.

Для этого целесообразно использовать принцип Эйзенхаура – принцип ABC, в соответствии с которым потребительские свойства подразделяются на: главные, основные и полезные (А); второстепенные, вспомогательные и полезные (В); второстепенные, вспомогательные и бесполезные (С) (см. табл. 1).

В итоговые графы заносятся данные о количестве второстепенных, вспомогательных, бесполезных свойств по составляющим компонентам (деталям), что позволяет сделать предварительный вывод об их необходимости.

Далее строится таблица стоимости составляющих компонентов по смете или наиболее важным ее статьям и оценивается весомость свойства каждого компонента во взаимосвязи с затратами на их обеспечение.

Группировка затрат на свойства по факторам производства позволит выявить первоочередность направлений снижения стоимости изделия (см. табл. 2).

Сопоставив удельный вес затрат на обеспечение свойства в общих затратах и значимость соответствующей ему функции, можно вычислить коэффициент затрат по свойствам

(столбец 4). Оптимальным считается  $K_{з.ф.} \gg 1$ ;  $K_{з.ф.} < 1$  желательнее, чем  $K_{з.ф.} > 1$ .

Как видно из данных, приведенных в таблице 3, предпочтение при выборе вариантов производства необходимо отдавать изделиям А, В, С, D. В них показатели значимости свойств и рентабельности выпуска в наибольшей степени отвечают предъявленным требованиям.

При этом можно использовать табличную форму распределения функций, на основе которой отсекаются второстепенные и бесполезные функции и затраты (см. табл. 1).

В итоговые графы заносятся данные о количестве второстепенных, вспомогательных, бесполезных функций по составляющим компонентам (деталям), что позволяет сделать предварительный вывод об их необходимости.

Далее строится таблица стоимости составляющих компонентов по смете или наиболее важным ее статьям и оценивается весомость функций каждого компонента во взаимосвязи с затратами на их обеспечение. Это позволяет выявить возможные направления снижения издержек путем внесения изменений в конструкцию изделия, технологию производства, замены части собственного производства деталей и узлов полученными комплектующими, замены одного вида материала другим, более дешевым или эко-

**Таблица 1 - Распределение служебных функций изделия "А" по принципу ABC**

Составляющие компоненты	Функции				Итого по компонентам	Предварительный вывод
	1	2	3	4		
1	А	В	В	С	С	-
2	В	С	А	С	С	Усовершенствовать
3	В	А	В	С	С	-
4	С	В	В	А	С	-
Итого по функции	1С	1С	-	3С		
Предварительный вывод	-	-	-	Ликвидировать	-	-

**Таблица 2 - Сопоставление коэффициентов значимости функций и их стоимости**

Ранг функции	Значимость %	Удельный вес затрат на функцию в общих затратах, %	Коэффициент затрат на функцию, $K_{з.ф.}$
1	40	40	1,00
2	30	50	1,67
3	20	7	0,35
4	10	3	0,30
Итого	100	100	-

Таблица 3 - Таблица решений по вариантам выбора изделий для производства

		Затраты			Варианты управленческих решений
		низкие	средние	высокие	
Значимость функций	высокая	А Рентабельность изделия высокая	В Рентабельность изделия средняя	С Рентабельность изделия высокая	Предпочтительный
	средняя	Д Рентабельность изделия высокая	Е Рентабельность изделия средняя	Ф Рентабельность изделия низкая	Проблематичный
	низкая	Г Рентабельность изделия средняя	Н Рентабельность изделия низкая	І Рентабельность изделия низкая	Нежелательный

номичным в обработке, смеши поставщика материалов, размеров их поставок и т.д.

Группировка затрат на функции по факторам производства позволит выявить первоочередность направлений снижения стоимости изделия. Такие направления целесообразно детализировать, ранжируя по степени значимости, определяемой экспертным путем, и, сопоставляя с затратами, выбирать пути удешевления продукции. Для этого можно составить еще одну таблицу, (см. табл. 2) [6,7].

Сопоставив удельный вес затрат на функцию в общих затратах и значимость соответствующей ему функции, можно вычислить коэффициент затрат по функциям (столбец 4). Оптимальным и более желательным считается  $K_{з.ф} < 1$ , чем  $K_{з.ф} > 1$ . При существенном превышении данным коэффициентом единицы необходимо искать пути удешевления данной функции. В нашем примере такой является функция с 30%-ным вторым уровнем значимости.

Результатом проведенного ФСА являются варианты решений, в которых необходимо сопоставить совокупные затраты на изделия, являющиеся суммой элементарных затрат, с какой-либо базой. Этой базой могут служить минимально возможные затраты на изделие. Экономическую эффективность ФСА, которая показывает, какую долю составляет снижение затрат в их минимально возможной величине, можно определить с помощью следующей формулы:

$$K_{фса} = Z_p - Z_m / Z_m$$

где  $K_{фса}$  – экономическая эффективность ФСА (коэффициент снижения текущих затрат);

$Z_p$  – реально сложившиеся совокупные затраты;

$Z_m$  – минимально возможные затраты, соответствующие спроектированному изделию.

На четвертом, исследовательском, этапе оцениваются предлагаемые варианты разработанного изделия.

На пятом, рекомендательном, этапе отбираются наиболее приемлемые для данного производства варианты разработки и усовершенствования изделия. Для этой цели нами рекомендуется построить еще одну таблицу (см. табл. 3).

С учетом значимости функций изделия, его составляющих компонентов и уровня затрат посредством ценообразования, основанного на знании спроса на продукцию, определяется уровень ее рентабельности. Все это служит цели принятия решения о выборе к производству конкретного изделия или направлений и масштаба его усовершенствования. Как видно из данных, приведенных в таблице 3, предпочтение при выборе вариантов производства необходимо отдать изделиям А, В, С и Д. В них показатели значимости функций и рентабельности выпуска в наибольшей степени отвечают предъявляемым требованиям [5], при обеспечении необходимой долговечности [11] и стабильности продукции [12].

Итогом проведения ФСА как важного инструмента управления качеством продукции должно быть снижение затрат на единицу полезного эффекта, которое достигается: сокращением затрат при одновременном повышении потребительских свойств изделий; повышением качества продукции при сохранении уровня затрат;

уменьшением затрат при сохранении уровня качества; сокращением затрат при обоснованном снижении технических параметров до их функционально необходимого уровня.

Практическое применение метода функционально-стоимостного анализа реализо-

вано авторами в ряде научных исследований [5-10].

Вывод: целесообразно применение функционально-стоимостного анализа в управлении конкурентоспособностью продукции и в других товароведных исследованиях.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Алексеев А.А. Определение удовлетворенности потребителей свойствами товара при выведении новых товаров на рынок или модернизации старых // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. - 1997. - № 3 - С. 22-28.
2. Egeorge S., Wiemerskizch A. Total quality management. New-York: John Wiley and Sons, 1998. - 253 p.
3. Ямпольская Н.Ю., Смольникова Г.Н. Сбалансированная система управления качеством и конкурентоспособностью.- Новосибирск: НГЛЭ и У, 2003.-146 с.
4. Магомедов П.Ш. Конкурентоспособность товаров. Учеб. пособие. Изд.-торг. корпорация «Дашков и К» - М.: 2003. 294 с.
5. Керимов В.Э., Петрище Ф.А. и др. Методы управления затратами и качеством продукции. Учеб. пособие. - М.: Изд.- книготорговый центр «Маркетинг», 2002. 126 с.
6. Kerimov E.E., Petrische F.A. Technikal and economik analis of quality of consumer properties of goods// Audit and Financial analysis, 2002. № 4, p. 168-202.
7. Petrische F.A., Kerimov E.E. Functional cost analysis of consumer properties of goods / / Audit and Financial analysis, 2001. № 4, p. 132-146.
8. Петрище Ф.А., Керимов Э.Э. Функционально- стоимостной анализ – современный метод управления затратами и качеством продукции // Материалы Междунар. науч. практ. конф. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2002. – ч.1. С. 23-26.
9. Керимов Э.Э., Петрище Ф.А. Проблемы оценки качества продукции // Татуровские чтения. Сб. статей. ч.1. М.: МГУ, 2002. С. 227-234.
10. Петрище Ф.А., Керимов Э.Э. Анализ соотношения количества и качества продукции.- Всероссийская научная конференция «ПКРВ- XXI век», ч. 5. - М.: МУПК, 2001. С. 32-36.
11. Петрище Ф.А. Долговечность и эффективность потребления продукции // Стандарты и качество. 1988. № 4. С. 13-16.
12. Петрище Ф.А. Исследование нестабильности линейных размеров ПВХ - линолеумов при длительном хранении и эксплуатации// Строительные материалы. 1990. № 9.



# РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В ФОРМИРОВАНИИ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

© 2008 М.В. Савина\*

*Человек в постиндустриальном обществе прежде всего – творческая личность. Его ценность определяется наличием современных знаний, умений, навыков и креативными способностями.*

**К**реативная экономика, характеризующаяся процессом перехода от власти машин к власти интеллекта, а также формированием человеческого капитала как главного источника экономического роста, открывает перед людьми огромные перспективы.

Основой экономики индустриального типа является материальный капитал, в креативной, постиндустриальной экономике, главным является капитал человеческий и интеллектуальные неосозаемые активы. Это означает, что главным сектором и созидательной основой креативной экономики является воспроизводство инноваций и знаний, реализация которых в хозяйственную практику креативной экономики обеспечит ей экономический рост.

Хотя «локомотивами» российской экономики пока остаются сырьевые отрасли, однако, модель экономического роста немало изменилась. В постреформенной российской экономике доля промышленного сектора существенно уменьшилась (в дореформенной экономике она была огромна: промышленность концентрировала в себе 40% всех занятых). Сейчас доля занятых в сфере услуг примерно 60%. С этой точки зрения наша экономика – экономика постиндустриального типа. Надо, однако, внести ясность: внутри сферы услуг российской экономики распределение по отраслям не-

пропорционально. Сектор деловых и финансовых услуг неразвит, непропорционально много занято на транспорте, в сферах образования и здравоохранения. Профессиональный состав тоже неравномерен и, скорее, характерен для индустриальной экономики: большое количество неквалифицированных и полуквалифицированных рабочих, специалистов средней квалификации и служащих, занятых подготовкой информации недостаточно. Правда, работников с высшим образованием у нас много. И само по себе это отрадно, однако, этот огромный потенциал в стране используется крайне неэффективно. К сожалению, нарушены связи между российским рынком труда и образовательной системой. Видно, в этом одна из причин того, что экономические темпы роста отстают от роста специалистов с вузовским образованием.

К сожалению, в последнее время обнаруживается девальвация российского высшего образования, существенно снизившего качество, которое еще до недавнего времени было достаточно высоким по международным стандартам, а ведь именно качественное образование является основой для формирования человеческого капитала. Причин ухудшения качества образования можно приводить довольно много, но есть только один путь, одна цель реформирования российского образования: помогать в становлении

---

*С а в и н а Маргарита Витальевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории Российского государственного социального университета.*

нового общественного класса, класса творческого, креативного, выявлять у человека способности, которые он сможет превратить в источник творческого конкурентного преимущества.

Это возможно лишь на основе широкого развития творческого потенциала личности. Человек в постиндустриальном обществе прежде всего – творческая личность. Его ценность определяется наличием современных знаний, умений, навыков и креативными способностями.

Внедрение высоких информационных и интеллектуальных технологий существенным образом изменило характер труда человека, превратив его в творческий интеллектуальный труд. Причем, принципиальные изменения в материально-технической базе и технологиях производства происходят на информационной стадии общественного развития уже через каждые 1 - 3 года, что, естественно, вызывает необходимость профессионального обучения, переподготовки и повышения квалификации кадров не менее одного раза за период от 1 до 3 лет.

Творческий труд – более совершенный тип деятельности. Именно он поможет трансформировать нашу экономику в креативную. В отличие от простого труда побудительный мотив труда творческого прежде всего связан со стремлением к самореализации, развитию своих внутренних возможностей и многократному умножению знаний и умений.

Но объективная потребность активизации творческих способностей человека наталкивается на противоречие между творческими лимитами промышленно-индустриального производства и инновационно-информационным технологическим способом производства. Это противоречие проявляется между высоким творческим потенциалом в рамках бюрократической системы и обеспечением реальной свободы творческой деятельности.

Согласно экспертным данным, в России в настоящее время около 13 млн. занятых в творческих профессиях, это и есть представители креативного класса. По абсолютному числу работников нам принадлежит второе место в мире после США, однако инновационная составляющая российской экономики существенно отстает от американской. Кроме США и России есть еще несколь-

ко стран, являющихся производителями фундаментального знания. Россия, к сожалению, может выйти из их числа из-за пресловутой утечки мозгов за рубеж.

В первую очередь это касается «утечки мозгов» креативного ядра креативного класса – представителей научно-технического потенциала России. По оценкам экспертов, только за период с начала рыночных преобразований страна потеряла примерно одну треть своего научного потенциала. Среди потерь как представители научных школ, имеющих мировой уровень (математические, естественные, технические, гуманитарные науки), так и многих других направлений. Причем, из страны уезжают, как правило, молодые ученые, что ведет к существенному росту среднего возраста научных работников.

Важным признаком-индикатором, характеризующим поступательное развитие креативного класса в обществе и обеспечения национальной экономической безопасности, является систематическое инвестирование в развитие и воспроизводство креативного класса, что проявляется прежде всего в форме затрат на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР).

Финансирование науки из средств федерального бюджета в РФ явно недостаточно: общие расходы федерального бюджета возросли лишь с 17 396,4 в 2000 г. до 76 909,3 в 2005 г. в том числе на фундаментальные исследования соответственно с 8219,3 до 32 025,1. В процентах к расходам федерального бюджета этот показатель составлял в 2000 г. 1,69%, в 2005 г. – 2,19%; к валовому внутреннему продукту: с 0,24 в 2000 г. до 0,36% в 2005 г.

Число созданных передовых производственных технологий с 2003 по 2005 гг. сократилось с 727 до 637. За тот же период число созданных передовых производственных технологий сократилось с 360 до 296. Справедливости ради следует отметить, что в 2006 г. оба эти показателя превысили уровень 2005 г.

Количество патентов, ежегодно выдаваемых в Российской Федерации за эти годы практически не изменялось. Если в 2003 г. эта цифра составляла 35 190, то в 2006 г. 35 542.

Серьезным фактором утечки мозгов из России являются социально и технологически неадекватные условия труда ученых и

прежде всего уровень оплаты их труда. Доля государственных ассигнований на науку в развивающейся экономике государств должна быть не ниже 2% от ВВП (в РФ за последние годы этот показатель составлял примерно 0,53%).

Серьезным фактором подрыва креативного потенциала страны является, так называемый хэдхантинг, другими словами, «перетекание мозгов» из одних российских фирм и компаний в другие отечественные и зарубежные организации. Это также проявляются тенденции перехода интеллектуального потенциала науки в коммерческие структуры и органы государственной власти. Скрытой формой «утечки мозгов» креативного класса является найм на работу иностранными компаниями и совместными предприятиями, находящимися на территории России.

Сегодня потеря высококвалифицированных специалистов креативного класса оборачивается тем, что российское общество, затратив значительные финансовые ресурсы на подготовку ученых, менеджеров, специалистов, банкиров, представителей творческой интеллигенции, практически не только не получила ожидаемой отдачи в виде возможности нормального развития страны и общества в будущем, но и безвозвратно потеряла затраченные средства. По сути дела, наша страна инвестирует эффективное развитие общественного производства за рубежом за счет высококвалифицированных специалистов, подготовленных в России, вкладывая миллионы долларов в развитие научно-технического потенциала этих стран – США, Европы и Юго-Восточной Азии.

Масштабы и последствия «утечки мозгов» представителей креативного класса являются серьезной угрозой для национальной экономической безопасности страны. Эмиграция представителей этого класса наносит серьезный экономический ущерб.

Большую надежду на благополучное будущее несет с собой озабоченность правительства текущим положением дел и превращение проекта «Образование» в программу реальных действий с выделением реальных средств на ее осуществление.

Экономическая потребность современного общества в креативном классе становится таким же объективным явлением, как и экономическая потребность индустриальной эпохи в инженерно-технических кадрах

и менеджерах, в квалифицированных рабочих и техниках, а доиндустриальной – в ремесленниках, купцах, торговцах, крестьянах. Технический и технологический прогресс трансформирует саму классовую структуру общества, которая в настоящее время представляет собой объективный процесс изменений места, роли и значения в экономическом развитии представителей креативного класса.

Поскольку доминирующим производственным ресурсом становятся знания и информация, то наиболее ценными и значимыми качествами работников становятся их высокий образовательный и профессиональный уровень, интеллектуальный и креативный потенциал. Класс интеллектуалов, творческих научно-технических специалистов и менеджеров становится ведущим общественным классом, решающим фактором социально-экономического прогресса, отгесняя на второй план представителей других классов. Об этом со всей определенностью свидетельствует опыт ведущих экономически развитых стран мира.

Основываясь на данных о роде занятий по основным профессиональным группам занятых в экономике, в современной науке выделяются следующие профессиональные группы, определяющие принадлежность занятых к тем или иным основным общественным классам:

- рабочий класс, который объединяет профессии в области различных отраслях промышленности, строительства и добычи полезных ископаемых; технического обслуживания и ремонта; транспорта и перевозок; другие различные производственные профессии;

- обслуживающий класс, включающий профессии в области здравоохранения; профессии, связанные с производством продовольственных товаров и общественным питанием; уборкой и уходом за улицами и помещениями; профессии в области социального обеспечения и общественных служб, а также охранную деятельность и другие вспомогательные профессии;

- сельское хозяйство объединяет фермерские профессии и профессии, связанные с рыболовством и лесоводством [5, с.90].

Наряду с традиционными общественными классами наукой все чаще упоминается новый общественный класс – креативный.

Современные ученые в креативном классе как ведущем классе развития экономики высокоразвитых стран выделяют два основных подкласса креативных работников.

Первый подкласс, так называемое «ядро креативного класса». Это работники «занятые в научной и технической сфере, архитектуре, дизайне, образовании, искусстве, музыке и индустрии развлечений, чья экономическая функция заключается в создании новых идей, новых технологий и нового креативного содержания». Суперкреативное ядро нового класса включает в себя ученых и инженеров, профессорско-преподавательский состав университетов, высших и средних учебных заведений, деятелей литературы и искусства, политиков и экспертов аналитических центров, а также представителей других профессий, влияющих на формирование общественного сознания. Второй подкласс – это креативные специалисты, работающие в «бизнесе и финансах, праве, здравоохранении и смежных областях деятельности», класс людей, занимающихся «решением сложных задач, для чего требуется значительная независимость мышления и высокий уровень образования и человеческого капитала» [5, с. 86].

Главная задача креативного класса в современном обществе – порождать новые, необычные, нестандартные идеи, быстро и эффективно находить и реализовать на практике эффективные стратегии социально-экономического развития. Формирование в обществе сильного креативного класса превращается в основной источник конкурентного преимущества.

Формирование и расширение воспроизводство креативного класса в постиндустриальном обществе подчинено следующим закономерностям.

Первая закономерность. Увеличение доли работников креативного класса, высококвалифицированных работников при снижении доли представителей других классов в классовой структуре (на первом месте по числу занятых оказываются финансовые, профессиональные, конструкторские услуги, здравоохранение, образование, социальная сфера, на последнем – бытовые услуги).

Вторая закономерность. Представители креативного класса становятся ведущим фактором, «локомотивом» социально-экономического и технического прогресса общества.

Их ценность в качестве «рабочей силы» определяется, как наличием современных знаний, умений и навыков, так и интеллектуальными, креативными способностями.

Третья закономерность. Для тех, кто входит в креативный класс, все аспекты и все проявления креативности – технологические, культурные и экономические – взаимосвязаны и неразделимы.

Четвертая закономерность. Развитие интеллектуальных и творческих способностей представителей креативного класса, непрерывное повышение их образовательного уровня является непременным условием использования полученных знаний и информации для производства новых знаний, нововведений и новаторства, которые охватывают все сферы общественного развития.

Пятая закономерность. Представители креативного класса, как правило, не владеют какой-либо существенной собственностью в материальном смысле. Их собственность – их творческие способности. Вместе с тем, используя эти творческие способности, представители креативного класса добиваются высоких стандартов уровня жизни и доходов.

Моделью современной классовой структуры постиндустриального общества могут служить США. Уже в начале XXI в. креативный класс включал в себя около 38,3 млн. американцев, что равнялось приблизительно 30% всей рабочей силы США. В центре креативного класса располагается его суперкреативное ядро, к которому относятся 15 млн. человек или 12% всей рабочей силы. В него входят люди, работающие в науке, технике, математике и программировании, образовании, искусстве, дизайне и индустрии развлечений, – все, кто занят собственно творческой деятельностью. Традиционный рабочий класс сегодня составляет 33 млн. человек или четверть всей рабочей силы США. На начало XXI в. креативная экономика США лидировала в мире с большим отрывом: ее доход в 960 млрд. долларов превышает 40% от общей суммы доходов, причем в мировых затратах на НИОКР доля США также составила более 40%. Именно превосходство США в креативных областях – в большей степени, чем рост производительности, связанный с новыми методами и технологиями – стало основной причиной усиления наших позиций в международной экономической конкуренции.

На этапе вхождения российского общества в постиндустриальное общество главным стратегическим ресурсом эффективного развития общественного производства должна стать креативность, а ее носителем – креативный класс. В этой связи перед государством возникает приоритетная задача: культивировать креативность в различных сферах деятельности, уделяя ее развитию в обществе серьезное внимание, обеспечивая для ее развития необходимые благоприятные условия точно так же как и «когда-то кузнец заботился о своей кузнице, а фермер о быках, тянувших плуг» [5, с. 80].

В настоящее время перед страной стоят масштабные задачи, связанные с ускорением и повышением эффективности социально-экономического развития российской экономики. На этапе формирования креативной экономики стоит серьезная проблема разработки и реализации концепции и системы мер, направленных на поиск баланса

интересов между государством, бизнесом и гражданами по поводу формирования развития и расширенного воспроизводства в обществе сильного креативного класса как главной производительной силы общества.

Эта концепция – концепция решения задач формирования сильного креативного класса России должна включать в себя прежде всего такие стратегические направления, как: восстановление разрушенного интеллектуального потенциала; создание необходимых социально-экономических условий для формирования и воспроизводства сильного креативного класса в обществе; формирование системы политических, правовых, экономических, организационных и социальных мер по существенному снижению «утечки» представителей креативного класса и особенно науки за рубеж; переориентация национальной политики на приоритетное финансирование развития науки и образования в обществе.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. *Иноземцев В.Л.* Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. - М.: Логос, 2000.
2. *Лопатников Л.И.* Экономико-математический словарь. - М.: Наука, 1987.
3. Россия в цифрах. 2007: Крат. стат. сб. / Росстат. - М., 2007.
4. Управление персоналом. №10 от 16.08.2001, 2001.
5. *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. - Пер. с англ. - М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005.

УДК 316.6

# СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КЛИМАТ: МЕТОДЫ ОПТИМИЗАЦИИ И ВЛИЯНИЕ НА СОЗДАНИЕ БЛАГОПРИЯТНОЙ РАБОЧЕЙ ОБСТАНОВКИ

© 2008 Е.Л. Маслова\*

*Автор раскрывает сущность понятия «социально-психологический климат», анализирует факторы, влияющие на его формирование, приводит результаты опросов различных категорий практических работников; даются рекомендации по использованию мер формирования благоприятного социально-психологического климата в коллективе.*

**С**оциально-психологический климат (СПК) представляет собой специфическое явление, которое складывается из особенностей восприятия человека человеком, взаимно испытываемых чувств, оценок и мнений, готовности к реагированию определенным образом на слова и поступки окружающих. Он оказывает влияние:

– на самочувствие и настроение работников. Если климат благоприятный настроение работников более ровное, нет отрицательного влияния на здоровье работников;

– на каждого члена коллектива, заставляя его мыслить и поступать адекватно общим настроениям;

– на степень удовлетворенности работников трудом и через это влияет, в конечном счете, на текучесть кадров. В сплоченном коллективе сотрудник удовлетворен трудом, взаимоотношениями с коллегами и руководителем. Он держится за свой коллектив, особенно женщины;

– на выработку, принятие и осуществление совместных решений. Если люди доверяют друг другу, берут на себя ответственность, то они не боятся предлагать свой вариант решения. А когда решение принято,

считают его своим и делают все возможное для его реализации;

– на производительность труда и достижение эффективности совместной деятельности. Коллектив это не просто сумма возможностей его членов, в сплоченном коллективе происходит эффект, т.е. преумножение возможностей и потенциалов его членов, что обусловлено их взаимной поддержкой и дополнением.

Таким образом, **социально-психологический климат** – это преобладающий в коллективе относительно устойчивый психологический настрой его работников, проявляющийся в отношении друг к другу, к труду, к окружающим событиям и к организации в целом на основании индивидуальных, личностных ценностных ориентаций.

Как известно, СПК может быть благоприятным или неблагоприятным.

Отметим основные признаки благоприятного СПК:

– доверие и высокая требовательность членов коллектива друг к другу;

– доброжелательная и деловая критика;

– достаточная информированность членов коллектива о его задачах и состоянии дел при их выполнении. Стабильно поступающая досто-

*М а с л о в а Елена Лорандовна – кандидат экономических наук, профессор кафедры менеджмента Российского университета кооперации.*

верная информация создает у работника чувство уверенности в себе, в своем положении – даже при неблагоприятных перспективах, когда ясно, откуда и почему грядут неприятности и как их встретить. Отсутствие искусственных ограничений информации воспринимается человеком как доверие и уважение, способствует обретению им душевного комфорта и снижает степень его готовности к каким бы то ни было конфликтам;

– свободное выражение собственного мнения при обсуждении вопросов, касающихся всего коллектива;

– отсутствие давления руководителей на подчиненных и признание за ними права принимать значимые для группы решения;

– удовлетворенность и гордость принадлежностью к фирме;

– терпимость к чужому мнению;

– высокая степень эмоциональной включенности и взаимопомощи;

– принятие на себя ответственности за состояние дел в группе каждым из ее членов;

– взаимное тяготение людей друг к другу, единство действий и устремлений, способность отстаивать интересы коллектива и его отдельных личностей;

– люди чувствуют себя очень комфортно, уверены, что их ценят, охотно делятся информацией, открыты идеям;

– сотрудники чувствуют себя в безопасности: им дают понять, что от них ожидают только самого лучшего, а в случае ошибки дают шанс исправиться;

– сотрудники проецируют положительное отношение друг к другу на отношения с клиентами, поставщиками и коллегами.

Таким образом, мы видим, что социально-психологический климат в коллективе – это экономическая категория, так как его характер, как мы уже отмечали, приводит к эффективной деятельности организации.

На формирование благоприятного социально-психологического климата оказывают влияние целый ряд факторов

Так, к **групповым (коллективным) факторам** можно отнести следующее:

1. Реальная трудовая ситуация: успешный или неуспешный ход производственного процесса, содержание, организация и условия труда, система материального и морального стимулирования, характер межличностных отношений в коллективе и т.д. Если деятельность фирмы приносит прибыль, работники видят перспективы развития предприятия,

удовлетворены системой стимулирования, они работают более производительнее. Причем речь идет не только о материальном, но и социальном, и моральном вознаграждении. Так, например, «спасибо» можно сказать различными способами. Если сотрудник совершил «разовое» достижение, достаточно пригласить его в кабинет к руководителю и лично поблагодарить. Или отправить благодарственное письмо по электронной почте. Если сотрудник регулярно совершает трудовые подвиги во благо компании, необходимо поблагодарить его за работу в присутствии коллег (во время совещания, на корпоративном празднике и т.д.)

2. Групповые нормы поведения, которые конкретизируют социальные нормы (проявление отношений сотрудничества и взаимопомощи в работе в условиях, когда действия одного работника обуславливают определенные действия других людей; соблюдение традиций, ритуалов, принятых в трудовом коллективе, и др.). К традициям, улучшающим климат в коллективе, принятым в российских предприятиях, можно отнести введение вновь принятого сотрудника в коллектив, организацию совместных праздников для персонала и членов их семей.

3. Стиль и методы руководства коллективом. В их основе, как известно, лежат два критерия: характер централизации власти и способ воздействия на подчиненных. Так, авторитарный руководитель нередко искусственно создает конфликтные ситуации, выкивая неугодных работников. У либерального руководителя работа практически пущена на самотек.

Основными личностными факторами СПК коллектива являются следующие:

1. Уровень усвоения работниками социальных и групповых норм превращает группу работников в трудовой коллектив, в команду.

2. Специфика отношения работников к труду и характер их мотивации. Если работник относится к труду только как к средству получения денег, как к необходимой повинности, результат его деятельности будет ниже, чем у работника, для которого труд является средством самореализации, удовлетворения потребности в принадлежности, в общении с другими людьми.

3. Индивидуально-психологические особенности работников (пол, возраст, семейное положение, потребности и интересы, ценностные ориентации). Учет личностных особенностей работников для благоприятного СПК весьма важен.

Так, более устойчивый климат складывается в коллективе, в котором представлены не только женщины или мужчины. Для уравновешивания эмоциональности женщин необходимо наличие мужчин в женском коллективе. Мужчины, как правило, более рациональны, в то же время, они склонны принимать более рискованные решения, женщины в таком случае необходимы для принятия взвешенных решений, так как женский мозг устроен таким образом, что он в восемь раз быстрее считывает тревожную информацию. Кроме того, наличие в коллективе представителей разных полов заставляет и тех и других держать себя в рамках служебного этикета, быть всегда в форме.

Также в коллективе должны быть представлены работники разных возрастов. Люди старшего возраста – для передачи опыта молодым, а молодежь необходима для внесения «свежей крови» в деятельность организации.

4. Совместимость его членов, понимаемая как наиболее благоприятное сочетание свойств работников, обеспечивающее эффективность совместной деятельности и личную удовлетворенность каждого.

Совместимость проявляется во взаимопонимании, взаимоприемлемости, сочувствии, сопереживании членов коллектива друг другу.

Существует два вида совместимости: психофизиологическая и психологическая.

Психофизиологическая связана с синхронностью индивидуальной психической деятельности работников (различная выносливость членов группы, скорость мышления, особенности восприятия, внимания), что следует учитывать при распределении физических нагрузок и поручении отдельных видов работ. Так, например, не может быть одинаковой скорости работы у быстрого холерика и медлительного флегматика. Скрупулезно выполняющий порученное дело меланхолик будет раздражать своей медлительностью холерика. Их не рекомендуется ставить в пару для выполнения работы.

Психологическая совместимость предполагает оптимальное сочетание личностных психических свойств: черт характера, темперамента, способностей, что ведет к взаимопониманию. Хорошее знание и понимание руководителем этих моментов способствует успешному управлению подчиненными, предсказанию их поведения и целенаправленному воздействию на него. Если мы наберем в коллектив одних

только сангвиников, которые предпочитают выполнять активную, постоянно меняющуюся работу, бросающих выполнение работы на полпути, если она перестает их интересовать, то кто же будет выполнять точную, однообразную, порой монотонную работу (например, ведение документации), без которой не обходится ни одно дело. Кроме того, холерики и сангвиники стремятся к лидерству, поэтому в коллективе, состоящем из представителей только этих типов темперамента, вряд ли удастся сформировать благоприятный климат.

Несовместимость проявляется в стремлении членов коллектива избегать друг друга, а в случае неизбежности контактов – к отрицательным эмоциональным состояниям и даже к конфликтам.

Вместе с тем, хотелось бы подчеркнуть, что совместимость членов коллектива должна достигаться не только и не столько за счет их личных качеств, а ценой общего понимания целей и задач деятельности организации.

СИК трудового коллектива проявляется в трех показателях: уровне сплоченности, идентификации личности с коллективом, уровне удовлетворенности работника своим трудом. Рассмотрим первый показатель.

Сплоченность коллектива означает уровень согласованности поведения его членов, основанное на общности интересов, ценностных ориентаций, норм, целей и действий по их достижению при наличии возможности выбора поведения.

В зависимости от степени сплоченности различают три типа коллектива:

1. Сплоченный, или консолидированный, который характеризуется тесной взаимосвязью его членов, солидарностью и дружбой, взаимным доверием, уважением, постоянной взаимопомощью, принципиальностью и взаимной требовательностью, отсутствием устойчивых антипатий. В таком коллективе большинство работников усвоили групповые нормы поведения, они поддерживают между собой дружеские отношения. Состав такого коллектива относительно стабилен. Трудовой коллектив имеет, как правило, высокие производственные показатели, хорошую трудовую дисциплину, высокую общественную и творческую активность. Во главе такого коллектива стоит руководитель, совмещающий статусы формального и неформального лидера.

2. Чем больше организация, тем вероятнее формирование в ней неформальных групп,



поэтому следующий тип коллектива – это слабосплоченный (расчлененный), который состоит из ряда недружелюбно относящихся друг к другу социально-психологических групп, имеющих своих лидеров. Групповые показатели, уровень производственной дисциплины, ценностные ориентации, активность таких групп весьма различны. Внутри каждой из групп наблюдается высокая сплоченность работников.

3. Разобщенный (конфликтный) – по своей сущности формальный коллектив, в котором каждый сам по себе, личные дружеские контакты между его членами отсутствуют, они связаны чисто официальными отношениями, очень часто бывают раздоры. В таких коллективах низкие производственные показатели, большая текучесть кадров, часто возникают конфликты, низкая активность. Формальный лидер не пользуется авторитетом.

Таким образом, мы видим, что наибольшая свобода выбора поведения работника возможна только в сплоченном коллективе.

Социальные психологи считают, что в современной компании должна быть «семейная» атмосфера. То есть такая обстановка, когда сотрудники положительно настроены по отношению к другим людям и готовы при необходимости помочь им, оказать поддержку. Это подразумевает, что работники должны быть готовы помочь своим коллегам, не преследуя каких-либо личных интересов. «Семейная» атмосфера существует в фирме, когда сотрудники готовы поработать немного больше, если это необходимо, стремятся представить коллег в глазах других в выгодном свете и не пытаются преуменьшить их заслуги. В таком коллективе интриги и слухи не поощряются, равно, как и не приветствуются люди, виновные в их появлении. Они, в конце концов, отходят на задний план и выпадают из коллектива.

Если социально-психологический климат благоприятный, в компании существует возможность открытого и прямого общения между всеми членами коллектива, включая возможность эмоционально дискутировать по любому вопросу. Причем общение и взаимодействие идет не только на горизонтальном уровне (среди равных по рангу), но и на вертикальном (между подчиненными и начальниками). Такой способ общения похож на улицу с двусторонним движением. Менеджеры считают это единственным способом обеспечить своевременное поступление к ним нужной информации.

Обратим внимание на то, что в зависимости от характера социально-психологического климата его воздействие на личность будет различным – стимулировать к труду, поднимать настроение, вселять бодрость и уверенность, или, наоборот, действовать угнетающе, снижать энергию, приводить к производственным и нравственным потерям.

Кроме того, СПК способен ускорять или замедлять развитие ключевых качеств работника, необходимых в бизнесе: готовность к постоянной инновационной деятельности, умение действовать в экстремальных ситуациях, принимать нестандартные решения, инициативность и предприимчивость, готовность к непрерывному повышению квалификации, сочетание профессиональной и гуманитарной культуры.

Безусловно, менеджер не может рассчитывать на то, что необходимые отношения в коллективе возникнут сами собой, их надо сознательно формировать.

### **Меры формирования благоприятного СПК:**

– комплектование коллектива с учетом психологической совместимости работников. В зависимости от целей работы в коллективе надо сочетать разные типы поведения людей. Очень во многих ситуациях группа с представителями одного типа поведения окажется мало работоспособной, например, если соберутся только лица, ждущие указаний и не умеющие проявить инициативу или только любители командовать.

Подбор и расстановка кадров по рабочим местам – одна из основных задач менеджера как руководителя. Уже при возникновении первичного коллектива первостепенное значение имеет не только структура рабочих мест и необходимость обеспечить ее кадрами соответствующих профессий и квалификации, но и вопрос о том, насколько могут сработаться и эффективно взаимодействовать друг с другом работники. Размещать работников целесообразно с учетом их персональных особенностей, в том числе симпатий и антипатий. Когда на соседних, тем более технологически взаимозависимых местах оказываются люди, симпатизирующие друг другу, то уже одно это улучшает их настроение, повышается удовлетворенность трудом и результативность работы. И, в конечном счете, это будет способствовать сплочению коллектива;

– необходимо оптимально ограничить количество лиц, подчиненных одному руководителю (5 - 7 человек);

– постановка ясных и понятных целей деятельности. Наличие общей цели и совместная деятельность для ее достижения создают особое чувство сопричастности к общему делу, рождает взаимное уважение и внимание к личным интересам, проблемам друг друга;

– четкое определение круга обязанностей, прав и ответственности для каждого сотрудника;

– отсутствие лишних работников и вакансий. Как недостаток, так и избыток членов группы ведет к ее неустойчивости: появляется почва для возникновения напряженности и конфликтов в связи с желанием нескольких лиц занять вакантное место и получить продвижение по работе или в связи с возникающей неравномерностью трудовой загрузки отдельных работников при наличии лишних лиц.

Как это ни парадоксально, в условиях наемного труда практически неизбежно наличие сотрудников, не заинтересованных работой и, как правило, слабо загруженных, т.е. тех, кого в обиходе именуют **бездельниками**. Причем наиболее очевидное зло, которое причиняют бездельники, – то, что они плохо и мало работают, – является и наименьшим, исходящим от них. В конце концов, их недостатки кто-то исправляет. Хуже то, что человек, не загруженный полезной работой, нередко начинает выполнять бесполезную, а то и вредную. Еще опаснее их пагубное влияние на психологический климат в коллективе.

Прежде всего, речь идет о непосредственной реакции нормально работающих сотрудников на сам факт присутствия бездельников в коллективе. Но в любом проявлении эти реакции отвлекают людей от дела, создают очаги конфликтности, в том числе даже и без участия самих бездельников, а лишь на основе расхождения в их оценках и из-за споров о том, как на них воздействовать;

– обучение и периодическая аттестация руководящих работников. Повышение квалификации руководителей различных уровней расширяет их кругозор, позволяет по-новому взглянуть на проблемы, на своих подчиненных. Внимание со стороны руководителя, в свою очередь, поднимает уровень самооценки подчиненных, уверенность их в себе, осознание значимости их работы

для успеха фирмы в целом;

– в своей деятельности по оптимизации СПК руководителю следует опираться на наиболее активных, сознательных, авторитетных членов коллектива;

– формирование общих норм поведения, «цементирующих» коллектив. Так, например, если в коллективе не поощряются интриги, конфликты, осуждаются люди, их провоцирующие, это приводит к отказу от подобного поведения. Здесь также важна роль руководителя, который показывает личный пример этичного поведения;

– применение социально-психологических методов, способствующих выработке у членов коллектива навыков эффективного взаимопонимания и взаимодействия (увлечение сотрудников личным примером, тренинги по формированию команды, отработка взаимодействия членов коллектива, деловые игры, метод убеждения и т.п.).

За последние несколько лет на курсах повышения квалификации, проводимых Российским университетом кооперации, мы изучали позицию слушателей по вопросу влияния социально-психологического климата на результативность деятельности коллектива.

Интересен материал, полученный нами методом мозговой атаки. Слушатели – преподаватели товароведения различных Российских вузов, предложили 33 подхода к формированию благоприятного СПК: (методы приводятся по степени убывания предпочтения):

1. Справедливая оплата труда;
2. справедливое распределение нагрузки;
3. профессионализм заведующего кафедрой;
4. культура руководителя;
5. условия труда;
6. неформальное общение (дни рождения, дни здоровья, и т.п.).

Слушатели второго заезда предложили 46 способов:

1. проводить неформальные мероприятия для сотрудников с приглашением членов семей;
2. создание удобных условий работы;
3. формирование гордости за свой коллектив;
4. справедливое распределение обязанностей;
5. личное рабочее место.
6. совместные разработки, создание рабочих групп;

- 7. проведение праздников 1 сентября и на День кооперации;
- 8. тщательный подбор людей в коллектив;
- 9. открытость руководителя.

В каждой организации существует свой социально-психологический климат, который зависит от разнообразных факторов. Как мы уже отмечали, социально-психологический климат бывает благоприятным и не благоприятным. Выяснить характер СПК можно с помощью различных методик, например, нами было использовано тестирование «Оценка социально-психологического климата коллектива». Приведем пример анкеты для участников опроса.

### АНКЕТА

*Просим вас принять участие в определении социально-психологического климата Вашего коллектива.*

*В анкете приведен список суждений, которыми можно охарактеризовать социально-психологический климат любого коллектива. Чтобы отметить тот вариант, который выражает ваше мнение и имеет отношение к Вашему коллективу, необходимо обвести цифру, под которой записано данное суждение. Если Вы не согласны с предлагаемым суждением, то цифра, соответствующая данному суждению, не обводится.*

Для аттестации социально-психологического климата в коллективе полученные в таблице данные отображаются на графике (рис. 1). Для наглядности приведем результаты опроса работников одного из предпри-

ятий ОАО «Газпром».

После нанесения полученных значений признаков коллектива на график, участниками дается аттестация социально-психологического климата коллектива по каждому признаку. Уровень СПК определяется путем нахождения средне арифметического показателя уровня развития коллектива, т.е. общее количество выделенных суждений (например, 58) делится на количество показателей (7). Полученный показатель отражает субъективную оценку данного участника социально-психологического климата коллектива.

Критерии оценки СПК

10 – 8 баллов – социально-психологический климат идеальный

7 – 6 баллов – социально-психологический климат наиболее оптимален

5 – 4 балла – социально-психологический климат средний

3 – 2 балла – социально-психологический климат неблагоприятный

1 балл – коллектива не существует

Выбор участниками суждений, соответствующих контрольным вопросам – 15, 30, 45, 60 – говорит об идеальности анализируемого коллектива или о желании отвечающего украсить свой коллектив.

Для получения объективной оценки уровня СПК следует полученные каждым участником материалы обработать в целом на группу.

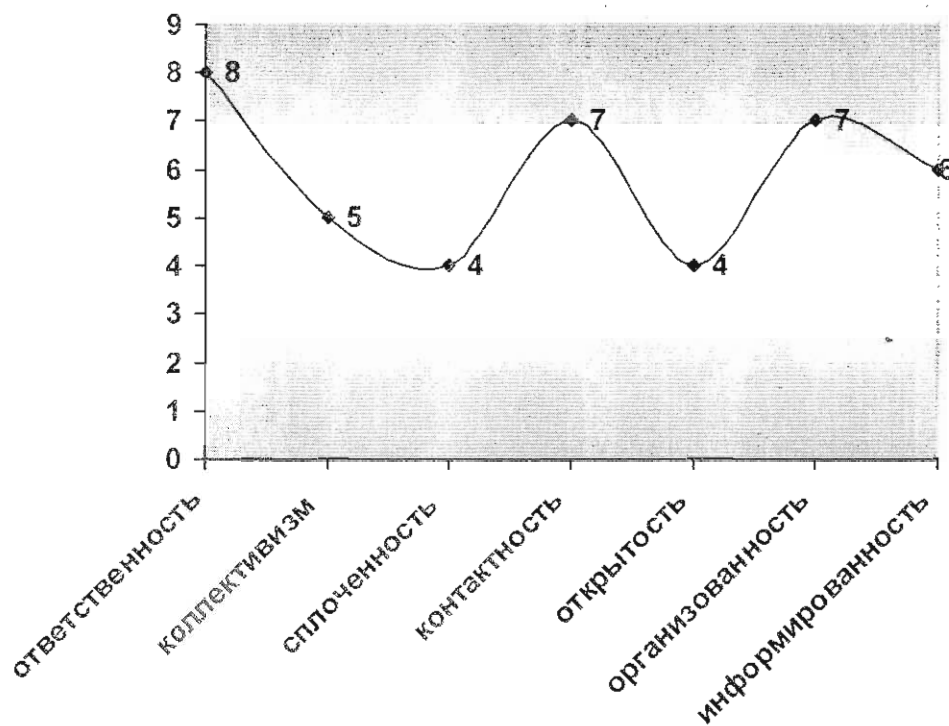
### Список суждений для социально-психологической аттестации Вашего коллектива

1. Свои слова всегда подтверждают

Таблица 1 – Опросный лист для оценки социально-психологического климата коллектива

Показатели уровня развития коллектива							
Ответственность	Коллективизм	Сплоченность	Контактность	Открытость	Организованность	Информированность	Контрольные вопросы
1	2	3	4	5	6	7	-
8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	-
23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	-
38	39	40	41	42	43	44	45
46	47	48	49	50	51	52	-
53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	-
68	69	70	71	72	73	74	-
Общее количество выделенных суждений по столбцу:							

Социально-психологический климат коллектива



- делом.
2. Осуждают проявления индивидуализма.
  3. Имеют одинаковые убеждения.
  4. Радуются успехам друг друга.
  5. Всегда оказывают помощь друг другу.
  6. Умело взаимодействуют друг с другом в работе.
  7. Знают задачи, стоящие перед коллективом.
  8. Требовательны друг к другу.
  9. Все вопросы решают сообща.
  10. Едины в оценке проблем, стоящих перед коллективом.
  11. Доверяют друг другу.
  12. Делятся опытом работы с членами коллектива.
  13. Бесконфликтно распределяют между собой обязанности.
  14. Знают итоги работы коллектива.
  15. Никогда и ни в чем не ошибаются.
  16. Объективно оценивают свои успехи и неудачи.
  17. Личные интересы подчиняют интересам коллектива.
  18. Занимаются на досуге одним и тем же.
  19. Защищают друг друга.
  20. Всегда считаются с интересами друг друга.
  21. Заменяют друг друга в работе.
  22. Знают положительные и отрицательные стороны коллектива.
  23. Работают с полной отдачей сил.
  24. Не остаются равнодушными, если задеты интересы коллектива.
  25. Одинаково оценивают распределение обязанностей.
  26. Помогают друг другу.
  27. Предъявляют одинаковые, объективные требования ко всем членам коллектива.
  28. Самостоятельно выявляют и исправляют недостатки в работе.
  29. Знают правила поведения в коллективе.
  30. Никогда и ни в чем не сомневаются.
  31. Не бросают начатое дело на полпути.
  32. Присутствуют принятые в коллективе нормы поведения.
  33. Одинаково оценивают успехи коллектива.
  34. Искренне огорчаются при неудаче товарищей.
  35. Одинаково объективно оценивают поступки старых и новых членов коллектива.
  36. Быстро разрешают возникающие противоречия и конфликты.

37. Знают свои обязанности.
38. Сознательно соблюдают дисциплину.
39. Верят в свой коллектив.
40. Одинаково оценивают неудачи коллектива.
41. Тактично ведут себя в отношении друг друга.
42. Не подчеркивают своих преимуществ друг перед другом.
43. Быстро находят между собой общий язык.
44. Знают основные приемы и методы работы.
45. Всегда и во всем правы.
46. Интересы коллектива ставят выше личных.
47. Поддерживают полезные для коллектива начинания.
48. Имеют одинаковые представления о нормах нравственности.
49. Доброжелательно относятся друг к другу.
50. По отношению к членам другого коллектива ведут себя тактично.
51. Берут на себя руководство при необходимости.
52. Знают работу товарищей.
53. К общественной собственности (собственности коллектива) относятся похозяйски.
54. Поддерживают традиции, сложившиеся в коллективе.
55. Одинаково оценивают качества личности, необходимые в коллективе.
56. Уважают друг друга.
57. Тесно сотрудничают с членами другого коллектива.
58. При необходимости принимают на себя обязанности других членов коллектива.
59. Знают черты характера друг друга.
60. Умеют делать все на свете.
61. Ответственно выполняют любую работу.
62. Оказывают сопротивление силам, разобщающим коллектив.
63. Одинаково оценивают правильность поощрения в коллективе.
64. Поддерживают друг друга в трудные минуты.
65. Радуются успехам членов другого коллектива.
66. Действуют слаженно и организовано в сложных ситуациях.
67. Знают привычки и склонности друг

друга.

68. Активно занимаются общественной работой.
  69. Заботятся об успехах коллектива.
  70. Одинаково оценивают правильность наказаний в коллективе.
  71. Внимательно относятся друг к другу.
  72. Искренне огорчаются при неудачах членов другого коллектива.
  73. Быстро находят рациональное распределение обязанностей.
  74. Знают, как обстоят дела друг у друга.
- Суждения, которые имели отношение к анализируемому коллективу, обводились в опросном листе. Если опрошиваемый был не согласен с предлагаемым суждением, то цифра, соответствующая данному суждению, не обводилась.
- После внимательного выбора суждений, суммировалось количество ответов по каждому столбцу (соответственно показателям уровня развития коллектива).
- В апреле 2008 г. в процессе осуществления российско-болгарского проекта «Карьера молодежи в кооперативном секторе экономики» кооператоры Болгарии приняли участие в опросе по указанной методике для выявления социально-психологического климата в их организации.
- Как выяснилось, климат в их рабочем коллективе средний. Для разработки мер оптимизации СПК был осуществлен мозговой штурм среди участников опроса, которые предложили следующие пути:
1. тим-билдинг
  2. объективная оценка работы сотрудников
  3. коммуникации, умение слушать друг друга
  4. одинаковый возраст работников
  5. неформальные контакты
  6. обмен опытом работы
  7. работа в команде
  8. делегирование
  9. информирование коллектива
  10. рабочие встречи, семинары
  11. участие в разработке решений
  12. общие интересы, хобби
  13. одинаковое отношение руководителя ко всем
  14. конкретное, ясное распределение задач
  15. проверка исполнения
  16. неперекладывание своей работы на других
  17. поощрение инициативы

18. оценка самостоятельности

После проведения дополнительной работы (по принципу Парето) на первые места вышли следующие мероприятия:

1. Работа в команде
2. Обмен опытом
3. Объективная оценка работы сотрудников
- 4: а. Одинаковое отношение руководителя ко всем  
б. Поощрение инициативы  
с. Тим-билдинг  
д. неформальные контакты

Подобные опросы по выявлению характера СПК проводились автором и среди работников различных организаций ОАО «Газпром». Так, по результатам опроса менеджеров отдельных подразделений ОАО «Газпром» выявлено, что наибольшая проблема со сплоченностью коллектива (средний балл 2,3 балла по десятибалльной системе) и ответственностью. В результате мозговой атаки выработаны меры по улучшению сплоченности:

1. регулярное обсуждение целей и задач с коллективом;
2. совместные мероприятия в соответствии с индивидуальными интересами работников;
3. с пониманием относиться к проблемам других людей;
4. выявлять источники разобщения для нейтрализации.

Для повышения уровня ответственности предложено:

1. поднимать статус сотрудников в глазах других подразделений
2. четкая постановка задач
3. организация четкого контроля
4. давать поручения, исходя из возможностей подчиненных
5. информировать о цели поручения (осознание исполнителем вклада в общее дело)
6. избегать перепоручения задач.

В другой раз слушатели – работники кадровых служб ОАО «Газпром», предложили 55 подходов к формированию благоприятного СПК: (методы приводятся по степени убывания предпочтения):

1. четкое распределение обязанностей сотрудников;
2. информирование работников о целях и задачах коллектива;
3. условия труда, четкий регламент работы;
4. обучение работников;
5. умелое сочетание поощрений и на-

казаний (регулярное подведение итогов работы, благодарность от руководителя в конце рабочего дня, доброжелательная критика, справедливое наказание, моральное поощрение на собраниях коллектива с приглашением родственников работников);

6. элементы корпоративной культуры (фирменный стиль, внешний облик сотрудников, терпимость к чужому мнению, отсутствие любимчиков, проведение совместных мероприятий; традиции в коллективе, как для работников, так и для членов их семей);

7. учет профессионализма и опыта работы при подборе персонала;

8. учет совместимости работников (индивидуально-психологических качеств, возраста при подборе персонала и распределении обязанностей);

9. стимулирование работников кадровой службы, отвечающих за климат в коллективе;

10. возможность свободного общения по вертикали и горизонтали;

11. возможность карьерного роста для работников;

12. дисциплина труда в коллективе;

13. знание потребностей работников, учет их при стимулировании труда.

**Работники ОТЗ (68 предложений)**

1. Условия труда на рабочем месте.

2. Подбор кадров.

3. Информирование работников о делах компании.

4. Поощрение за конечный результат (конкретный).

5. Кабинет психологической разгрузки.

Другая группа выдвинула 36 предложений, а предпочтение было отдано следующим:

1. обсуждение целей и задач отдела;

2. проведение мероприятий в неформальной обстановке;

3. демократический подбор кадров;

4. четкое распределение обязанностей;

5. проведение мозговых штурмов по проблеме;

6. проведение выездных семинаров отдела.

Перечислить все предложенные меры формирования благоприятного климата не представляется возможным.

В настоящее время все больше руководителей предприятий стали задумываться о таком феномене, как «командный дух». Так как подобрать психологически совместимых людей не просто, рекомендуются специальные мероприятия, с помощью которых создается команда.

Команда возникает в результате совместной деятельности коллектива сотрудников. Для их сплочения, как пишет Юлия Гордонова<sup>1</sup>, один руководитель закатывает пир на весь мир по любому удобному поводу. Другие организуют для своих сотрудников клубы по интересам – совместные походы в театр или спортзал. Третьи превращают каждое собрание в зажигательную групповую дискуссию с помощью приглашенного фасилитатора. А есть и те, кто всем коллективом погружаются на дно моря, прыгают с парашютом, карабкаются на горы.

Вместе с тем, экстремальный отдых, который становится все популярнее, так как позволяет быстро сплотить группу людей, выявить личностные и командные качества персонала в сложных условиях, может иметь и отрицательные последствия. Иногда существует риск отправить в больницу половину трудоспособного коллектива с растяжениями и вывихами.

Традиционными средствами поднятия корпоративного духа являются выезды на природу, спортивные мероприятия и т.д. Стоит человеку покинуть административное здание и встретиться где-нибудь в неформальной обстановке – и ситуация резко меняется.

Перед рождественскими и новогодними праздниками многие компании устраивают приемы или вечеринки. Одни фирмы рассматривают их как повод еще раз поблагодарить партнеров и чужих людей, другие же видят в них способ сплочения коллектива и воспитания корпоративного духа.

Однако такое традиционное средство, как вечеринка, иногда может дать обратный эффект. Если в компании заведено регулярно устраивать такие встречи, то там и так, по-видимому, с командным духом все в порядке. А если такой традиции нет, то неожиданное мероприятие может только усугубить ситуацию. Это может быть даже опасным, потому что все выпьют и могут начать выяснять отношения.

Ощутить себя единой командой, делающей одно дело, позволяют и просто регулярные выступления главы компании перед всем коллективом. При этом желательно, чтобы руководитель был харизматической личностью. Руководителю следует рассказывать о ближайших планах, о достижениях, о том, чего стратегически компания должна добиться, какие проблемы существуют в компании, и как их

решать вместе, какой отдел, что значит для компании. Это сильно сплачивает коллектив.

Однако слишком хорошие отношения в коллективе – не всегда хорошо. В данном случае имеются свои уязвимые места:

- иногда сотрудники излишне сосредоточены на отношениях внутри коллектива и недостаточно – на работе;

- они начинают избегать даже необходимой конфронтации, что мешает решать важные вопросы;

- из-за «доброты» люди отказываются решать трудные кадровые вопросы: нелегко уволить «друга» или сделать ему замечание. Но конфликт никуда не исчезает, он просто уходит в «подполье»;

- подчас забота о взаимоотношениях внутри коллектива приводит к введению уравнилельной системы вознаграждения за труд, а это обесценивает наиболее амбициозных и целеустремленных людей.

Неслучайно одним из подходов к формированию нормального СДК, предложенных работниками кадровых служб ОАО «Газпром», было названо совершенствование оплаты труда для удовлетворения здоровых амбиций;

- в таких организациях люди иногда избегают ведения четкой статистики своих достижений.

Чтобы компания не потеряла способность заниматься бизнесом и не превратилась в благотворительную организацию, необходимо, заботясь о людях, сохранять приверженность конкретным бизнес-достижениям, которые можно объективно измерять.

К сожалению, процесс сплочения и развития трудового коллектива – обратимый процесс. При определенных обстоятельствах он может остановиться и превратиться даже в противоположный себе процесс – процесс распада. Причиной этому может служить смена руководителя или состава коллектива, целей его деятельности, уровня предъявляемых требований, неправильное поведение отдельных членов коллектива и т.п.

Поэтому хотелось бы обратить внимание руководителей и работников кадровых служб на то, что формирование благоприятного социально-психологического климата – длительный, зачастую постоянно действующий в трудовом коллективе процесс.

<sup>1</sup> Гордонова Ю. Экстремальный teambuilding // Элитный персонал, № 8 от 4 марта 2003.

УДК 332.2.021

## КЛАСТЕРНАЯ ПОЛИТИКА В АПК

© 2008 Т.В. Абалакина, Н.В. Ширяева, Е.А. Максименко\*

*Кластер не является особой организационно-правовой формой, то есть не выступает в качестве юридического лица. Основные признаки кластера сводятся к концентрации предприятий одной или смежных отраслей в одной географической точке.*

**В** условиях стабилизации экономики АПК и намеченных перспектив его развития на первый план выходят уже не задачи выживания, характерные для кризисной ситуации 90-х годов XX века, а задачи роста эффективности экономики, повышения конкурентоспособности производимой продукции, развития сельских территорий и существенное улучшение уровня жизни населения. Эффективным инструментом решения этих задач, как показывает мировой опыт, является переход на кластерные инновационные технологии экономического развития.

В настоящее время большинство субъектов Российской Федерации в качестве стратегических задач определили реализацию кластерной политики, в том числе в агропромышленном производстве. Использование термина «кластер» стало модным, хотя в его понятие нередко вкладывается различный смысл, за кластеры выдаются организационные структуры, которые на самом деле таковыми не являются.

Спутаница между кластерами и другими формами интегрированных и кооперативных формирований в России возникает, как правило, вследствие недостаточности научных исследований по данной проблеме, отсутствия государственной концепции развития кластерных технологий, а также опыта создания полноценных кластеров с хорошо отлаженной системой взаимодействия предприятий и организаций, которые успешно функционируют во

многих развитых странах. В этой связи представляется целесообразным раскрыть основные положения кластерной теории экономического развития, разработанной зарубежной наукой и дополненной отдельными учеными России и стран СНГ.

Кластерная теория в области экономического развития стала активно формироваться в конце 70-х годов XX века. Большой вклад в ее создание внес профессор Гарвардской экономической школы Майкл Портер.

По мнению М. Портера, в современной экономике особенно в условиях глобализации, традиционное деление ее на секторы или отрасли утрачивает свою актуальность. На первое место выходят кластеры. М. Портер определил кластер как группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга.

Современные экономические стратегии многих развитых стран строятся вокруг ключевого понятия – конкурентоспособность, от уровня развития которой зависят и благосостояние страны, и региона, и каждой отдельной компании. Для экономики кластеры играют роль «точек роста», «прорывного» продвижения в области производства и последующего завоевания новых рыночных ниш.

В научной литературе основные признаки кластера сводятся к так называемому «пра-

---

*А б а л а к и н а Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, руководитель Центра организации НИР Российского университета кооперации.*

*Ш и р я е в а Наталья Викторовна – доцент Ульяновского государственного технического университета.*

*М а к с и м е н к о Елена Александровна – Белгородская государственная сельскохозяйственная академия.*



виду четырех «К»: концентрация предприятий одной или смежных отраслей в одной географической точке; конкурентоспособность выпускаемой ими продукции; конкуренция за завоевание и удержание клиентов; кооперация с высокой степенью развитости.

Одной из важнейших особенностей формирований кластерного типа перед другими формами организации производства является то, что здесь фокусируется внимание не на отдельных отраслях, а на связях между отраслями, предприятиями и организациями, которые способствуют: развитию производства и конкуренции; упрощению доступа к новейшим технологиям; распределению рисков в различных видах совместной деятельности; совместному выходу на внешние рынки; организации совместных научных исследований и процесса подготовки и переподготовки специалистов; снижению транзакционных издержек и т.д.

Важно подчеркнуть точку зрения большинства ученых о том, что кластер – понятие экономическое, он не является особой организационно-правовой формой, т.е. не выступает в качестве юридического лица. К сожалению, в России нередко под кластерами понимают: бывшие территориально-производственные комплексы; вертикально-интегрированные формирования, осуществляющие замкнутый цикл производства отдельных конечных продуктов, в том числе агрохолдинги; современные технопарки; особые экономические зоны и т.п. отождествление этих организационно-производственных структур с кластерами приводит к выхолащиванию смысла кластерного подхода.

Основываясь на имеющихся разработках кластерной теории экономического развития можно, на наш взгляд, сформулировать ряд общих принципов создания и функционирования кластеров:

1. Географический – отражает территориальную локализацию основной массы хозяйствующих субъектов – участников кластерной системы. Этот принцип основывается на учете синергических (системных) эффектов территориального взаимодействия различных предприятий и организаций, выполняющих разные функции, но объединенных одним технологическим процессом создания определенного конечного продукта. Географическая близость участников кластера способствует межличностным контак-

там и тесному взаимодействию агентов внутреннего рынка, стимулирует рост производительности труда, развитие инновационных технологий и т.д.

2. Принцип создания особой формы инновации – совокупного инновационного продукта. В условиях рыночной экономики даже успешные предприятия, использующие инновационные технологии, самостоятельно решать задачи создания конкурентоспособной на внешнем рынке продукции не в состоянии. Важнейшим условием эффективной трансформации достижений науки и техники в инновации, а инноваций в конкурентные преимущества является формирование сети устойчивых инновационных связей между всеми участниками кластера.

3. Принцип добровольного участия в создании и деятельности кластера предполагает объединение в сеть независимых производителей и сервисных фирм, поставщиков, создателей технологий и ноу-хау (научные учреждения, университеты и др.), связующих рыночных институтов (консультанты, брокеры, консалтинговые фирмы и др.), а также торговых организаций и других потребителей, взаимодействующих друг с другом с целью производства конечных конкурентоспособных продуктов. Нельзя вовлекать в кластер участника без учета его интересов. Кластер может быть эффективным, если в его деятельности преобладают принципы кооперации, а не диктата, от кого бы он не исходил – от государственной власти или от частного инвестора.

4. Принцип выделения «ядра» кластера. В отличие от обычных форм кооперационно-хозяйственных связей малого, среднего и крупного бизнеса кластерные системы характеризуются наличием крупных предприятий (компаний) – лидеров, определяющих долговременную хозяйственную, инновационную и иную стратегию взаимодействия всех участников кластера.

5. Принцип государственно-частного партнерства. Этот принцип предполагает создание кластеров с учетом разработанных в регионах стратегических направлений и программ социально-экономического развития территорий, усиление государственной поддержки инновационных кластерных технологий, стимулирование органами государственной власти модернизации производства, привлечение предпринимателей на доб-

ровольной основе в участии в агропромышленных кластерах и т.д.

6. Принцип паритетности экономических отношений. Этот принцип предполагает обеспечение равных экономических условий хозяйствования и равновыгодность сотрудничества всех участников кластера. Механизмом реализации данного принципа являются долговременные договорные отношения, а также формируемая участниками кластера демократичная система управления. В этих целях разрабатывается Устав и создается Совет кластера в состав которого, кроме руководителей предприятий и организаций, входящих в кластер, включаются представители региональных органов власти. При этом Совет кластера имеет чисто координационные и аналитические функции.

7. Принцип социальной ориентации кластерных технологий. Кластерный подход служит не только средством достижения целей экономической политики (повышение конкурентоспособности продукции, усиление инновационной направленности, формирование эффективной организационной структуры производства и др.), но является также мощным инструментом социальных преобразований, направленных на увеличение занятости населения, повышения заработной платы, улучшения социальной инфраструктуры и уровня благосостояния населения.

Согласно теории М. Портера конкурентоспособность страны следует рассматривать через призму международной конкурентоспособности не отдельных ее форм, а кластеров – объединений фирм различных отраслей, причем принципиальное значение имеет способность этих кластеров использовать внутренние ресурсы. К ним относятся:

– факторные условия: людские и природные ресурсы, научно-информационный потенциал, капитал, инфраструктура, в том числе факторы качества жизни;

– условия внутреннего спроса: качество спроса, соответствие тенденций развития спроса на мировом рынке, развитие объема спроса

– смежные и обслуживающие отрасли: сферы поступления сырья и полуфабрикатов, сферы поступления оборудования, технологий;

– стратегия и структура фирм, внутриотраслевая конкуренция: цели, стратегии, способы организации, менеджмент фирм.

Как показывает мировая практика, объединяться в кластеры целесообразно тем, кто работает на создание конечного продукта. В современных вертикально-интегрированных формированиях, в том числе в сфере агропромышленного производства, основная масса прибыли остается на выходе конечной продукции (переработка, посредники, торговля). В этой связи кластерный подход позволяет сформировать такой механизм взаимоотношений, который позволяет получать эквивалентную затратам прибыль не только тому, кто производит или реализует конечный продукт, но и всем участникам кластера. В этом состоит одно из существенных отличий кластера от сложившихся интегрированных структур, в том числе агрохолдингов, агрофирм, агрокомбинатов, филиалово-промышленных групп и других, в которых наиболее ущемленными в доходах остаются сельскохозяйственные товаропроизводители.

В отличие от многих стран, в которых реализация кластерных технологий позволила им занять лидирующие позиции на мировом рынке, в России, к сожалению, отсутствует даже государственная концепция кластерной политики. Это обстоятельство является одной из основных причин спонтанного формирования организационных структур и технологий, выдаваемых за кластерные, хотя в действительности таковыми они не являются.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Романов А.Е., Арашуков В.П. Формирование агропромышленных кластеров в России // АПК: экономика, управление. – М., 2008. – № 3.
2. Романов А.Е., Арашуков В.П. Агропромышленные кластеры России – новый миф или перспектива? // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – М., 2008. – № 7.

## ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЛИЧНЫХ ПОДСОБНЫХ ХОЗЯЙСТВ С СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

© 2008 В.В. Кильдишев\*

*Для успешного развития ЛПХ необходимо дальнейшее совершенствование их экономических взаимоотношений с коллективными и фермерскими хозяйствами, агрофирмами, предприятиями и организациями системы Центросоюза и другими субъектами рыночной экономики.*

**Р**ост экономического и социального значения личных подсобных хозяйств в России обуславливает необходимость основательного исследования теоретических основ их функционирования. В начале века существовала теория устойчивости мелкотоварного производства. Она объясняла устойчивость крестьянских хозяйств высокой мотивацией их владельцев, их способностью отказаться от погони за сверхприбылью, стремлением сэкономить на потреблении и превратить эту экономию в инвестиции, умением быстро отреагировать на рыночную конъюнктуру.

Личное подсобное хозяйство (ЛПХ) возникло из крестьянского хозяйства, получившего новый социально-экономический статус в период коллективизации как временная переходная форма становления социалистических отношений в деревне. Основной причиной сохранения и развития ЛПХ явилась экономическая необходимость. Организованные колхозы имели слабую материально-техническую базу и не могли удовлетворить потребности крестьян и городского населения в продуктах питания.

Личные подсобные хозяйства позволяли использовать для получения дополнительной сельскохозяйственной продукции те ресурсы, которые не могли быть использованы в общественном хозяйстве: приусадебные земли, мелкий инвентарь, труд членов семей, не

занятых в общественном производстве, хозяйственные постройки. Кроме того, ЛПХ было наиболее приемлемой формой преобразования крестьянского единоличного хозяйства, которое по мере развития общественного производства приобретало все более выраженный потребительский характер.

Проблема функционирования крестьянских хозяйств занимала важное место в работах ученых-аграрников досоциалистического периода. В классической русской экономической науке теорию о крестьянском хозяйстве всесторонне развили и дополнили А.В. Чаянов, П.П. Макаров и другие, объединившись в так называемую организационно-производственную школу. А.В. Чаянов рассматривал крестьянское хозяйство как замкнутое натуральное хозяйство, поскольку «подсобное предприятие без того, чтобы рядом с ним не существовало денежное капиталистическое хозяйство, быть не может: ведь недостаток в доходах пополняется заработком». Таким образом, была определена объективная необходимость интеграции крупных и мелких форм хозяйствования на земле.

В современный период осуществлен переход к смешанной и многоукладной форме хозяйствования в ЛПХ, расширились права и полномочия сельскохозяйственных товаропроизводителей, они получили в собственность землю и имущество в целях веде-

---

*К и л ь д и ш е в Владимир Владимирович – аспирант кафедры теории и практики кооперации Российского университета кооперации ([vavilon13@mail.ru](mailto:vavilon13@mail.ru)).*

ния сельскохозяйственного производства, а также право распоряжения своей продукцией и прибылью (доходом), установления цен на продукцию, право владения контрольным пакетом акций приватизированных инфраструктурных предприятий и ряд других.

В ходе экономических реформ в АПК России значительно сократилось производство продукции в крупных сельскохозяйственных предприятиях. Доминирующее положение заняло частное предпринимательство. Производство валовой продукции резко возросло за исследуемый период в хозяйствах населения и К(Ф)Х (табл. 1).

На федеральном уровне в качестве приоритетного направления определено развитие именно коллективной (не частной и не государственной) формы хозяйствования, а также совершенствование различного рода горизонтальных и вертикальных связей (кооперирование, специализация, комбинирование, частичная диверсификация).

В аграрном секторе появились и динамично развиваются индивидуальные хозяйства, которые можно разделить на два типа: личные подсобные и личные крестьянские хозяйства.

Эти типы индивидуальных хозяйств имеют отличия, основным из которых является то, что *личные подсобные хозяйства* обеспечивают производство дополнительной сельскохозяйственной продукции, но не являются основным источником дохода сельской семьи и не представляют собой самостоятельную хозяйственную единицу.

В то же время имеет место тенденция перерастания значительной доли подсобных хозяйств сельского населения в *личные крестьянские (фермерские) хозяйства*, деятельность которых направлена на производство товарной продукции на принципах коммерческого расчета.

Производство основной массы картофеля, овощей, фруктов, мяса и молока сосредото-

чено сегодня в личных подсобных хозяйствах (ЛПХ) населения. В специализированных сельскохозяйственных предприятиях теперь производится лишь около 20% плодоовощной продукции, а картофеля – 7–8%. О росте объемов производства основных продуктов сельского хозяйства в личных подсобных хозяйствах свидетельствуют данные об их удельном весе в общем объеме производства по стране (табл. 2). По сравнению с 1990 г. к 2006 г. в ЛПХ было произведено картофеля более 90%, овощей – около 80%, свыше 50% мяса и молока.

Появление многочисленных мелких производителей картофеля, плодов и овощей можно объяснить двумя причинами. Первая – переход к рыночным отношениям и проведение реформ в аграрной сфере. Вторая – увеличение площадей земельных участков, выделяемых государством для населения под коллективные и индивидуальные сады и огороды. В настоящее время личным подсобным хозяйством занимаются 16 млн. семей, садоводством и огородничеством – 18,6 млн. семей.

В животноводческой отрасли АПК также происходит процесс концентрации поголовья скота в индивидуальном секторе. Производство мяса и молока в настоящее время в хозяйствах населения составляет более 50% от общего объема производства.

Таким образом, изменение экономического положения сельских жителей и принятие правительством мер по расширению размеров личных подсобных хозяйств, коллективных садов и огородов, реорганизация колхозов и совхозов, при значительном снижении эффективности их деятельности, способствовали повышению роли ЛПХ в экономике страны, обеспечению занятости и доходов сельского и, частично, городского населения.

Несмотря на существенную роль личных подсобных хозяйств в экономике страны, а также в обеспечении населения плодоовощной продукцией, картофелем, молоком

**Таблица 1 – Структура и темпы роста (снижения) валовой продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств РФ, в %**

	1995 г.	2000 г.	2002 г.	2006 г.	2007 г.
<b>Структура валовой продукции сельского хозяйства, в %</b>					
Хозяйства всех категорий	100	100	100	100	100
в том числе:					
с/х организации	50,2	43,4	39,8	41,2	43,4
хозяйства населения	47,9	53,6	56,5	52,3	49,6
К(Ф)Х	1,9	3,0	3,7	6,5	7,0

**Таблица 2 – Удельный вес ЛПХ населения Российской Федерации в объемах производства основных продуктов сельского хозяйства (в % от хозяйств всех категорий)**

Виды продукции	1990 г.	1995 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Картофель	66,1	89,9	91,6	90,1	89,2
Овощи	30,1	73,4	80,3	78,3	78,9
Скот и птица на убой (в убойном весе)	24,8	48,6	51,8	48,7	45,5
Молоко	23,8	41,4	51,8	51,5	52,0
Яйца	21,6	30,2	25,2	24,1	24,1

и мясом существует много причин, которые тормозят их дальнейшее развитие. К основным причинам можно отнести следующие:

- отсутствие организованных рынков и устоявшихся каналов реализации излишков произведенной продукции, что заставляет ее производителей пользоваться услугами перекупщиков и терять до 50% дохода;

- повышенная трудоемкость работ, отсутствие средств малой механизации, а также ограниченные возможности их приобретения, что приводит к росту себестоимости продукции и сокращению объемов ее производства.

Для успешного развития ЛПХ необходимо дальнейшее совершенствование их экономических взаимоотношений с коллективными и фермерскими хозяйствами, агрофирмами, предприятиями и организациями системы Центросоюза и другими субъектами рыночной экономики. Это возможно в процессе кооперации и интеграции субъектов аграрного рынка.

В развитии интеграционных связей заинтересована каждая сторона: ЛПХ и крупные сельскохозяйственные предприятия. Организационной основой взаимосвязей ЛПХ с сельскохозяйственными и другими предприятиями служат договоры, где оговариваются условия взаимоотношений сторон. Примерная схема таких взаимосвязей ЛПХ, занятого производством животноводческой продукции, с крупным сельскохозяйственным предприятием представлена на схеме.

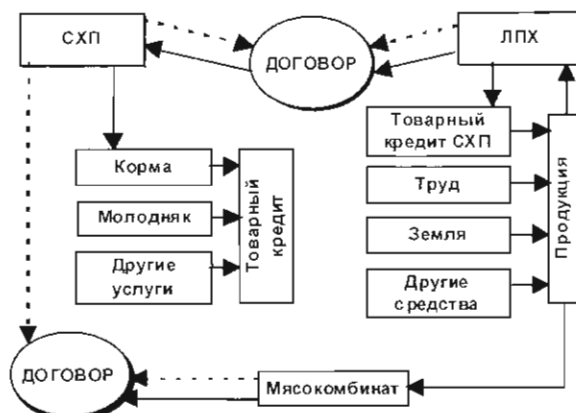
Из схемы видно, что крупные предприятия (СХП) помогают получить ЛПХ: молодняк, корма, а также предоставляют кредит. А ЛПХ производят и поставляют на реализацию свою продукцию.

Эффективность работы системы сельскохозяйственных потребительских кооперативов в значительной степени будет зависеть от ее успешного взаимодействия с другими организациями, обслуживающими крестьянские (фермерские) и личные подсобные хозяйства и другие малые формы хо-

зяйствования в сельской местности.

Наиболее близкое партнерство будет связывать сельскохозяйственные потребительские кооперативы с сельскими кредитными кооперативами, созданными как в рамках Закона «О сельскохозяйственной кооперации», так и по Закону «О кредитных потребительских кооперативах граждан», так как сельские кредитные кооперативы – наиболее доступный источник кредитных ресурсов для членов сельскохозяйственных потребительских кооперативов. Однако это не означает, что необходимо создавать сельскохозяйственный кредитный кооператив как многофункциональный, так как, во-первых, совмещение в одном кооперативе нескольких функций снижает эффективность его деятельности, во-вторых, делает систему менее прозрачной.

Плодотворное сотрудничество должно развиваться и с системой потребкооперации во главе с Центросоюзом. В настоящее время потребительская кооперация системы Центросоюза является важной составляющей частью инфраструктуры села и активно участвует в развитии агропромышленного комплекса. Она производит закупки у населения и сельхозтоваропроизводителей сельскохозяйственной продукции, перерабатывает и реализует ее. Организации потребкооперации системы Центросо-



**Схема связей и отношений ЛПХ с сельскохозяйственными и другими предприятиями**

юза имеют развитую материально-техническую базу во всех регионах страны, богатый опыт сотрудничества с личными подсобными и крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, квалифицированные и опытные кадры рабочих и специалистов, и что особенно важно – учебные заведения для их подготовки. Организации потребительской системы Центросоюза могли бы входить в сельскохозяйственные потребительские кооперативы в качестве их членов или ассоциированных членов, а также предоставлять им в аренду свои производственные, складские помещения, оборудование.

Взаимовыгодное сотрудничество возможно также с интегрированными агропромышленными организациями акционерного типа (переработка, агросервис и т.п.), которым в рамках соглашений сельскохозяйственные потребительские кооперативы могут поставлять сырье, готовую продукцию и, наоборот, заказывать необходимые материалы, технику, производить ремонт оборудования и т.д. Сотрудничество возможно и с другими сельскохозяйственными организациями.

Особо важное значение имеет рациональное взаимодействие кооперативов и кооперативных объединений с фермерскими представительскими организациями системы АККОР на районном, региональном и федеральном уровнях. Ассоциация крестьянских (фермерских) хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов (АККОР) была учреждена фермерами для представительства и защиты их интересов. В Программе-манифесте Ассоциации и в ее Уставе определено, что важной задачей этой организации является создание благоприятных условий для эффективной работы К(Ф)Х и других малых форм введения сельского хозяйства. Одно из таких условий – это формирование финансово-экономической инфраструктуры для малого агробизнеса на кооперативной основе. АККОР является инициатором создания первых в современной России сельскохозяйственных потребительских кредитных и снабженческо-сбытовых кооперативов в Волгоградской, Ростовской, Саратовской, Ярославской областях, их союзов на национальном уровне, Фонда развития сельской кредитной кооперации. Возможны различные формы сотрудничества представительских организаций фермеров и фермерских потребительских кооперативов.

На районных уровнях потребительские кооперативы могут входить в состав районных фермерских ассоциаций. Укреп-

ля их своим присутствием организационно и экономически, они облегчат решение проблем местного масштаба для улучшения условий работы К(Ф)Х, ЛПХ и малых предприятий, в т.ч. и членов кооперативов.

На региональном уровне отдельные кооперативы, а также союзы кооперативов могут входить в состав региональной ассоциации (союза) малых сельхозпроизводителей. Возможно взаимодействие двух союзов (ассоциаций) на основе соглашений.

На федеральном уровне в связи с тем, что номинально уже имеется национальный союз сельскохозяйственных потребительских кооперативов, он может сотрудничать с АККОР на договорных началах, будучи ее ассоциированным членом. В таком случае и фермерской ассоциации целесообразно стать членом Союза кооперативов. Возможен и другой вариант сотрудничества – в рамках Федерации союзов и ассоциаций малого предпринимательства. Форма сотрудничества будет определяться различными факторами. Важно, чтобы у лидеров этих союзов и ассоциаций не возобладали сепаратистские настроения.

В настоящее время в рамках национального проекта «Развитие АПК» поставлена задача по дальнейшему развитию ЛПХ граждан. В этих целях в конце 2006 – начале 2007 гг. Россельхозбанком было выдано в целом по стране 35468 кредитов. Из них личным подсобным хозяйствам (ЛПХ) – 33 925 на сумму 4,6 млрд. руб., крестьянским (фермерским) хозяйствам (КФХ) – 1419 кредитов на 2,1 млрд. руб., сельскохозяйственным потребительским кооперативам (СПоК) – 83 кредита на 324 млн. руб. и сельскохозяйственным кредитным потребительским кооперативам (СПКК) – 41 на сумму 79 млн. руб. В течение 2007 г. Россельхозбанк планирует выдать дополнительно кредитов на сумму около 7,9 млрд. руб., в том числе на развитие ЛПХ – около 5 млрд. руб., КФХ – 2,5 млрд. руб., СПоК – 360 млн. руб., СПКК – 75 млн. руб.

В целом, реализация проекта позволит в значительной степени улучшить, а в ряде случаев – создать мелким товаропроизводителям условия для наращивания объемов производства; гарантированного сбыта продукции; повышения уровня товарности хозяйства. Будут созданы условия для роста уровня доходности хозяйств, увеличения занятости и снижения скрытой безработицы, т.е. будут расширены возможности по развитию ЛПХ.

## РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА: КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

УДК 330.59

# ПРИМЕНЕНИЕ МНОГОМЕРНЫХ КЛАССИФИКАЦИЙ В ИССЛЕДОВАНИИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНОВ

© 2008 В.А. Кривошей\*

*Автором отобраны существенные неколлинеарные показатели, которые могут быть использованы путем агрегирования для расчета интегральных индексов качества жизни населения в регионах. Использование предлагаемого инструментария дает возможность оценить влияние каждого из исследуемых показателей на качество жизни и выйти на разработку типов регионов с различным качеством жизни.*

**Д**ля решения задач по сопоставлению характеристик качества жизни населения регионов в статье предложен эмпирический подход, в основу которого положен индексный метод объединения разномерных показателей. Этот метод позволяет рассчитывать интегральный показатель – индекс качества жизни населения региона, который может использоваться как при парных, так и при множественных сопоставлениях.

Предложенная нами методика позволяет, с одной стороны, исследовать динамику качества жизни населения региона, с другой стороны – определить его место среди регионов России. Данная методика предполагает выведение балльных оценок региона по значениям каждого из показателей, характеризующих различные структурные компоненты качества жизни населения региона. Принимается, что подавляющее большинство отобранных показателей имеет однозначную,

позитивную или негативную интерпретацию, то есть более высокое числовое значение показателя свидетельствует о качественном приращении (в лучшую или худшую сторону) характеристики определенного аспекта социально-экономического положения населения в регионе.

Показателям, имеющим негативное значение, например, количество преступлений за год, даются отрицательные баллы; показателям, имеющим нейтральное значение, могут приписываться нулевые значения. Для получения балльных оценок строится шкала диапазонов реальных значений по каждому из показателей всех регионов. Диапазоны определяются исходя из минимальных и максимальных значений данного показателя.

Диапазоны разбиваются на десять равных интервалов, где каждый интервал соответствует определенному количеству баллов, равному номеру интервала. Сумма балльных

---

*К р и в о ш е й Владимир Анатольевич – доктор экономических наук, профессор, ректор Российского университета кооперации.*

оценок по всем показателям качества жизни данного региона, выведенная в соответствии с десятибалльной градуированной шкалой, и составляет индекс качества жизни его населения. В целях более четкой оценки отдельных аспектов положения дел в регионе индексы могут составляться по отдельным структурным компонентам или наборам показателей. В зависимости от характера исследования тем или иным показателям, имеющим в этих случаях наибольшую важность, могут приписываться повышающие весовые коэффициенты.

Качество жизни населения региона  $R_n$  будет характеризоваться, таким образом, индексом, который представляет собой сумму значений балльных оценок показателей взятого набора, или:

$$Ind_{R_n} = \sum_{i=1}^I M(i), \quad (1)$$

где  $i$  – показатель;

$I$  – число показателей в наборе;

$M$  – балльная оценка, соответствующая значению  $i$ -го показателя.

Индекс группы показателей, характеризующий качество жизни населения региона в некотором отдельном аспекте, например, в качестве социальной инфраструктуры, уровне жизни и т.д., будет равен:

$$Ind_{GR_n} = \sum_{k=1}^K M(K), \quad (2)$$

где  $G$  – номер группы показателей;

$K$  – число показателей в группе  $G$ ;

$M$  – балльная оценка, соответствующая значению  $k$ -го показателя.

Соотношение предельных (максимального и минимального) значений региональных индексов рассматривается нами как коэффициент региональной дифференциации:

$$K_{dif} = \frac{Ind_{R_{max}}}{Ind_{R_{min}}}. \quad (3)$$

Создание научной базы для принятия управленческих решений в сфере региональной социально-экономической политики, в том числе мониторинг динамики и регулирование качества жизни населения, требуют объективной оценки факторов формирования качества жизни. Если рассматривать все аспекты качества жизни, то можно вы-

делить большое количество характеризующих их показателей. Попытка учесть в едином интегральном показателе как можно большего числа характеристик затрудняет их влияние на качество жизни, приводит к результатам, которые с трудом поддаются осмыслению и не могут быть использованы для обоснования мер региональной политики.

Для сравнения качества жизни населения регионов России интегральный показатель должен отвечать основным требованиям:

- отражать основные аспекты жизнедеятельности населения и факторов на нее влияющих;

- характеризовать качество жизни основной массы населения региона.

Отбор показателей, входящих в интегральный показатель, по продолжительной методике, должен быть основан на принципах:

- возможности адекватного измерения показателя на региональном уровне;

- значимости его для населения региона;

- более точного отражения выбранным показателем по сравнению с другими показателями исследуемой компоненты качества жизни населения региона;

- наличия объективной статистической информации его характеризующей.

Отличительная черта предлагаемого подхода – ориентация не только на фиксацию количественных различий в региональных показателях, но и на отбор показателей, вскрывающих сущность и содержание социально-экономических различий.

Для оценки дифференциации регионов необходимо, по нашему мнению, прибегнуть к методу научной абстракции, которая позволяет сосредоточить внимание на главных, существенных показателях и отсеять второстепенные, несущественные. Мы должны решить вопрос, какие показатели из выбранных на основании априорного анализа и оказывающие влияние на качество жизни должны быть использованы для последующего построения интегрального индикатора качества жизни населения регионов.

При отборе включаемых в модель показателей следует учитывать, что перечень охватываемых исследованием показателей необходимо обосновать теоретически, она должна быть практически целесообразна, то



есть включать важнейшие показатели, оказывающие наиболее существенное влияние на изменение качества жизни в регионе, иметь количественное измерение, не содержать показателей, линейно зависящих друг от друга.

Наличие линейной связи между показателями называется мультиколлинеарностью, существование которой приводит к значительному усложнению расчетов, а, следовательно, ненадежности полученных результатов и невозможности их экономической интерпретации.

Существуют различные методы устранения мультиколлинеарности: метод главных компонент, метод взвешенной регрессии и др. В случае двух показателей наличие коллинеарности можно наблюдать из вычисленной предварительно матрицы парных коэффициентов корреляции; если исследуется их большее число, то обнаружить мультиколлинеарность можно методом кластерного анализа, который позволяет объединить в отдельные группы (кластеры) связанные между собой показатели по степени тесноты связи. Этот методический подход применяется в нашей статье.

Отбор выбранных в результате априорного теоретического анализа показателей для включения их в интегральный показатель качества жизни должен осуществляться последовательно. Вначале следует произвести многомерную группировку всех показателей, влияющих на качество жизни, и это позволит выявить слабо связанные друг с другом группы, состоящие из тесно связанных между собой показателей, которые несут информацию о какой-то одной характеристике исследуемого явления. Обнаружение и выделение таких относительно независимых групп, описывающих разные стороны качества жизни, может при построении интегрального показателя сократить их число, сохранив из каждой группы фактор-представитель. Замена группы, состоящей из тесно взаимосвязанных показателей, одним – устраняет явление мультиколлинеарности в полученном наборе показателей. Теоретический анализ показателей группы должен предшествовать выбору показателя – представителя, причем с целью уменьшения потери информации предпочтение должно отдаваться тому, который имеет наибольшую информативную ценность.

Известно, что методы многомерной классификации позволяют формировать как группы объектов, так и группы показателей. Во втором случае показатели выступают как объекты группировки и определяются как векторы в пространстве наблюдений. Следовательно, каждый из факторов может быть представлен как вектор в многомерном пространстве:

$$x_j = (x_{j_1} x_{j_2} x_{j_3} \dots x_{j_n}) \quad (4)$$

Таким образом, задача группировки показателей в принципе не отличается от задачи многомерной классификации регионов и, следовательно, для ее решения могут быть использованы те же алгоритмы кластерного анализа, что и для классификации объектов. Выбор метрики, или меры близости, является узловым моментом кластерного анализа, от которого в основном зависит окончательный вариант разбиения показателей на классы при данном алгоритме разбиения. Кластерный анализ осуществляет классификацию многомерных наблюдений на основе определения расстояний между объектами в целях получения однородных в некотором смысле групп. По нашему мнению, в качестве меры близости удобнее взять парные коэффициенты корреляции, а не традиционно используемую в кластерном анализе евклидову матрицу, по величине которых и будет определяться расстояние между двумя ближайшими векторами. Естественно содержательная интерпретация меры близости может оказаться бессмысленной, если показатели имеют различные единицы измерения. Для приведения показателей к одинаковым единицам необходимо каждый показатель нормировать по величине среднеквадратического отклонения.

В результате проведения при помощи статистического пакета Statistica 5.5 кластерного анализа нами была получена классификация сорока восьми взаимосвязанных показателей качества жизни населения регионов РФ за 2006 год. Графическое изображение (дендрограмма) проведенной многомерной классификации представлено на рисунке.

Анализ полученной дендрограммы дал возможность выделить ряд групп, состоящих из тесно связанных показателей, что помогло исключить явление мультиколлинеарности.

Так, достаточно тесно, на уровне 0,906 связаны между собой показатели 1, 4 и 5, характеризующие динамику численности

постоянного населения, демографическую нагрузку лиц трудоспособного возраста лицами нетрудоспособного возраста; 0,893 – показатели 41 и 42, характеризующие экономическую активность и занятость населения. Довольно большие значения коэффициентов парной корреляции указывают на существенную связь между ними и необходимость для дальнейшей работы выбрать какой-то один из факторов. Теорети-

ческий анализ дает возможность произвести отбор между ними и выделить представителя каждой группы. В первом случае целесообразно отдать предпочтение коэффициенту демографической нагрузки лицами моложе трудоспособного возраста, во втором случае в качестве показателя представителя следует отдать предпочтение уровню безработицы, и тем самым исключить явление мультиколлинеарности между ними.

Следующая группа показателей формируется на уровне  $r = 0,885 - 0,831$ . Она состоит из семи показателей (3,7 – 12): общий коэффициент смертности, число умерших от инфекционных и паразитарных болезней, от заболевания туберкулезом, от новообразований, от болезни системы кровообращения, органов дыхания, органов пищеварения. Взаимосвязь между этими показателями легко объяснима: с увеличением смертности от различных болезней увеличивается и общая смертность населения. Из семи факторов группы выбран один – общая смертность населения, характеризующий качество населения региона.

Достаточно тесно, на уровне  $r = 0,816 - 0,619$ , связаны между собой четыре показателя (23 – 26): площадь жилищного фонда на одного жителя; доля расходов на оплату жилья в потребительских расходах населения; доля домашних хозяйств, занимающих отдельную квартиру; доля семей, получивших жилье в числе семей, состоявших на учете. Из четырех показателей группы выбран один – представитель (23), характеризующий жилищные условия населения региона. Может считаться достаточно тесной ( $r = 0,661 - 0,656$ ) связь между показателями (29 – 31), характеризующими обеспеченность населения мощностями здравоохранения, и показателями (43 – 46), характеризующими личную безопасность ( $r = 0,559 - 0,451$ ). Показатель обеспеченности врачами

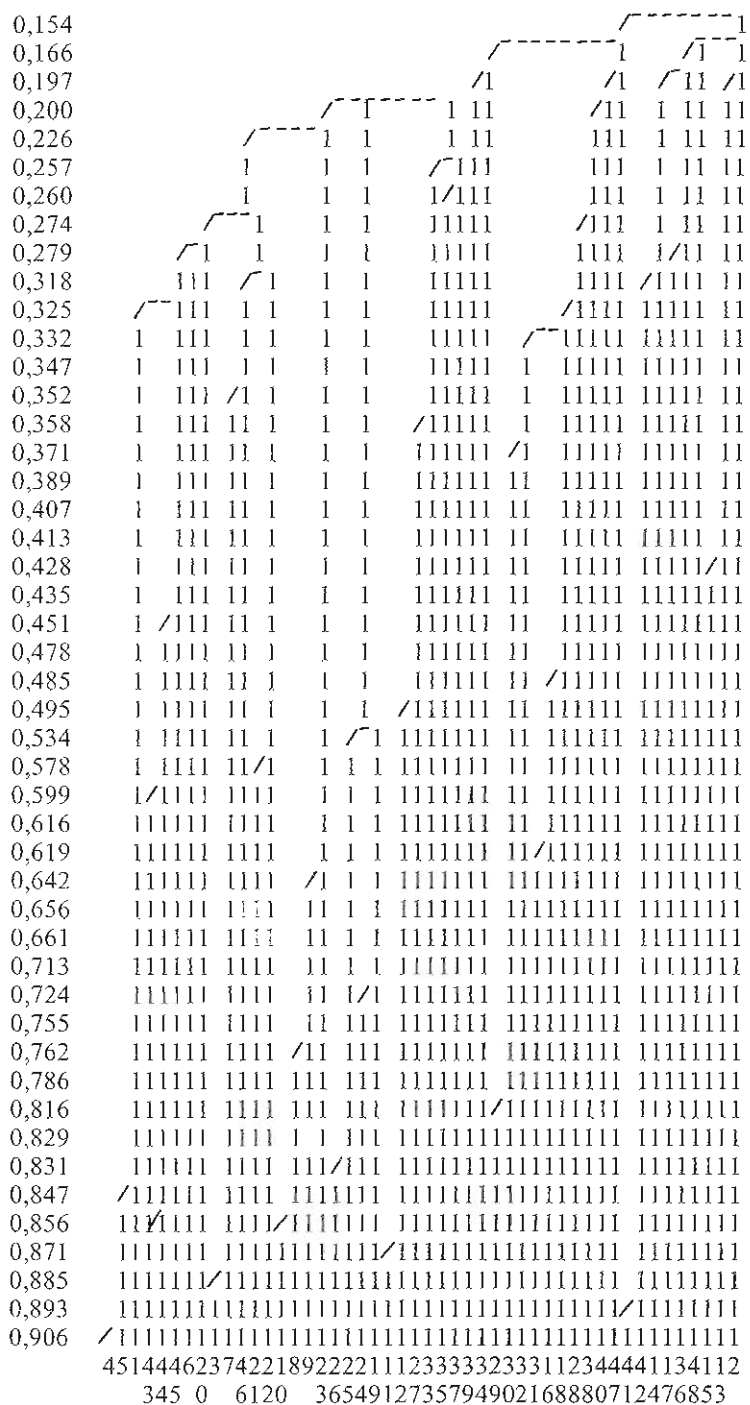


Рисунок – Результаты многомерной группировки изучаемых показателей качества жизни населения регионов РФ

дифференцирован по регионам (29) и лучше отражает потенциальную возможность получения качественных медицинских услуг по сравнению с показателями обеспеченности средним медицинским персоналом (30) и кожным фондом (31).

Среди данных о преступности по регионам, публикуемых Госкомстатом, число зарегистрированных убийств более достоверный среди всех показателей. Он был выбран в качестве индикатора для оценки качества жизни как более точно регистрируемый (44). Остальные двадцать семь индикаторов

присоединяются друг к другу при более низкой величине парных коэффициентов корреляции.

Таким образом, нами отобраны существенные неколлинеарные показатели, которые могут быть использованы путем агрегирования для расчета интегральных индексов качества жизни населения в регионах.

Использование предлагаемого инструментария дает возможность оценить влияние каждого из исследуемых показателей на качество жизни и выйти на разработку типов регионов с различным качеством жизни.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Рао С. Линейные статистические методы и их применение. – М.: Наука, 1968. – 547 с.
2. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2006: Стат. сб. / Госкомстат России. – М., 2007. – 655 с.
3. Тинтнер Г. Введение в эконометрию. – М.: Статистика, 1965. – 361 с.
4. Шевяков А.Ю., Кирута А.Я. Экономическое неравенство, уровень жизни и бедность населения России и ее регионов в процессе реформ: методы измерения и анализа причинных зависимостей. – М.: Эпикон, 1999. – 104 с.

## СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕГИОНА

© 2008 Е.Г. Лысова \*

*В статье предложено авторское понимание методологических подходов рассмотрения проблем развития потребительского рынка региона. Выявлены особенности потребительского рынка региона с позиций системного подхода. Исходя из прерогативы человека как главной цели общественного развития, рассмотрены его потребности в системе потребительского рынка региона.*

**Р**азвитие эффективно функционирующей системы рынка является важнейшим компонентом процесса трансформации экономики. Потребительский рынок – центральное звено общей системы взаимосвязанных рынков. Результаты его развития оказывают влияние на функционирование других рынков, во многом определяют их состояния и, следовательно, общее экономическое равновесие. От состояния потребительского рынка, уровня цен на важнейшие товары и услуги, ассортимента и качества предлагаемых покупателям изделий зависит качество жизни населения региона.

Проблема региональных рынков, их состояние и развитие являются для России малоисследованной научной сферой, а потому и довольно сложной практической задачей. Глубокий анализ данной проблемы выполнен в известных работах И.В. Лржецовского [2], И.В. Бушуевой [4], О.В. Кузнецовой [6], А.С. Новоселова [7; 8; 9] и др.

На наш взгляд, региональный потребительский рынок представляет собой ограниченную хозяйственными и административными связями и масштабами конечного потребления совокупность отраслей производства товаров народного потребления и продуктов питания, а также отраслей сферы услуг, результаты функционирования которых, направлены на полноценное удовлетворение потребностей населения, пребывающего на территории региона.

Основными чертами регионального потребительского рынка являются:

1. Возрастающая роль отраслей потребительского рынка в экономике региона как источника занятости, источника поступлений в региональный бюджет, а также источника экономического роста. Анализ, проведенный автором, показал, что наибольший удельный вес в валовом региональном продукте занимает оборот розничной торговли во всех регионах России. Так, например, в Ивановской области он составлял в 2004 г. 43,39%, в 2006 г. – 56,02% (в целом по России – 40,4% и 36,95% соответственно)<sup>1</sup>.

2. Целевая установка рынка на полноценное удовлетворение всей совокупности потребностей человека, пребывающего в данный момент времени на территории региона вне зависимости от целей и сроков пребывания.

3. Высокая социальная значимость отраслевых составляющих потребительского рынка региона.

4. Ориентация функционирования отраслей и видов деятельности, входящих в состав рынка, на конечного потребителя.

5. Общая коммунальная, транспортная, оптовая и т.п. инфраструктура и, как следствие, наличие неразрывных хозяйственных связей.

6. Взаимозависимость и взаимовлияние составляющих потребительского рынка с точки зрения перераспределения платежеспособного спроса.

*Лысова Елена Геннадьевна – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и бухгалтерского учета Ивановского филиала Российского университета кооперации.*

7. Параллельное функционирование рыночных и нерыночных механизмов удовлетворения потребностей населения региона.

Все эти специфические характеристики регионального потребительского рынка в системе общественного воспроизводства подтверждают правомерность его рассмотрения в качестве самостоятельной научной категории.

Современный потребительский рынок – многогранное явление со сложной структурой, подчиняющееся закону спроса и предложения. Действие рыночного механизма проявляется в сложных процессах, определяющих состояние рынка, темпы и основные пропорции его развития. Поскольку рынок есть определенная система, обладающая установленной внутренней структурой, а также иерархией отдельных элементов, в основу его анализа должен быть положен именно системный подход.

Какое бы из многочисленных определений понятия «система» ни бралось при этом за основу, и какое бы содержание ни вкладывалось в само понятие «потребительский рынок региона», его органическая целостность, высокая степень взаимосвязанности составляющих элементов неизменно остается очевидной и позволяет без колебаний отнести потребительский рынок к разряду системных объектов.

Общепризнанным родоначальником теории систем является Л.Берталанфи [3]. В дальнейшем его идеи получили развитие в трудах С.А. Валуева [10], В.П. Волковой [12], В.А. Воронкова [12], А.А. Денисова [12], А.И. Уемова [13] и др.

Под системой понимается комплекс взаимосвязанных составных частей, образующих определенную целостность. Целостность системы обусловлена тем, что система как целое обладает такими свойствами, которых нет у составляющих ее частей. Простейшая часть системы называется элементом. Ответ на вопрос, что считать элементом, зависит от цели анализа. Иногда термин элемент используют в более широком смысле, даже в тех случаях, когда система не может быть расчленена сразу на составляющие, являющиеся пределом ее членения.

Однако при многоуровневом членении системы лучше использовать другие термины, предусмотренные в теории систем. Сложные системы приято вначале делить на подсистемы, а если последние также сра-

зу трудно разделить на элементы, то составляющие промежуточных уровней называют компонентами системы.

Потребительский рынок как объект исследования предстает в виде многоуровневой социально-экономической подсистемы региона, расчлененной по определенным признакам на составные элементы. Подсистемой называется совокупность взаимосвязанных элементов системы. Подсистема любой системы сама является системой по отношению к входящим в нее элементам и подсистемам.

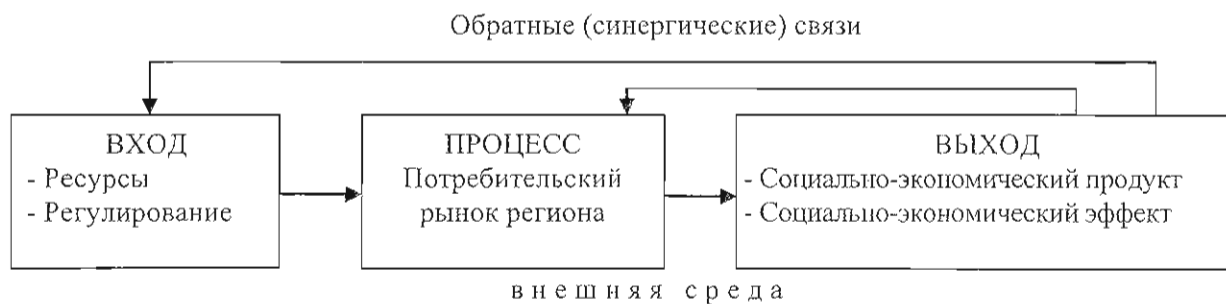
Важной характерной особенностью является то, что региональный потребительский рынок представляет собой *открытую систему*, которая реагирует как на внутреннюю, так и на внешнюю экономическую, социальную и политическую ситуацию, т.е. зависит от межрегиональных товаропотоков, миграции рабочей силы, движения денег и капиталов. Вход системы открыт для внешнего воздействия. Через вход поступают ресурсы и регулирующие действия властей. На выходе потребительского рынка мы видим особый социально-экономический продукт, представляющий собой удовлетворенные потребности населения и социально-экономический эффект.

Параметры социально-экономического продукта и социально-экономического эффекта по каналам обратных связей подаются на вход и учитываются в процессе. Таким образом, потребительский рынок определяется как система *замкнутая* (рис.1).

Потребительский рынок – система *многоуровневая, иерархическая*. Она включает в себя элементы микро- и макроуровней. Многоуровневость потребительского рынка с одной стороны, и его многоотраслевой состав – с другой, позволяют говорить о нем как о мегасистеме, состоящей из множества разновеликих подсистем, находящихся на различных уровнях и подуровнях. Подсистемы, представленные более чем на одном уровне, мы называем структуроопределяющими. К структуроопределяющим системам общехозяйственного уровня мы относим: информационные коммуникации, пассажирский транспорт, системы здравоохранения, физкультуры и спорта, образования и науки и т.п.

На выходе потребительского рынка как системы в качестве результата мы выделяем два крупных компонента:

1) *социально-экономический продукт*;



**Рисунок 1 – Потребительский рынок региона как замкнутая система**

2) *социально-экономический эффект.*

Социально-экономический продукт потребительского рынка первоначально представляет собой саму возможность удовлетворения потребностей населения. Будет ли эта возможность реализована, когда и в каком объеме это произойдет – решает потребитель. Предназначение потребительского рынка состоит в том, чтобы дать ему эту возможность. Наличие возможности для удовлетворения потребностей означает, что получен результат функционирования потребительского рынка – особый социально-экономический продукт. Конечное предназначение этого продукта – потребление. Поэтому окончательная оценка результата потребительского рынка может быть дана только после удовлетворения потребностей.

Категория потребностей связывает человека и потребительский рынок. Потребности людей являются движущей силой развития общества. Это объективные желания индивидов, связанные с обеспечением их жизнедеятельности и развития.

Потребности динамичны, имеют исторический и системный характер. Динамичность потребностей обусловлена воздействием общественного прогресса. Расширение технических возможностей порождает новые группы потребностей.

Исторический характер потребностей определяется тем, в каких общественно-исторических условиях формируются привычки и запросы индивидов, социальных слоев и общества в целом.

Системность потребностей позволяет дать множество вариантов их классификации.

Традиционно в классической экономической науке (У. Петти, А. Смит, Д. Рикардо и др.) выделяются три группы потребностей: 1) материальные (в пище, воде, жилье, одежде и т.п.); 2) духовные (развитие чело-

века как личности); 3) социальные (участие в общественной деятельности).

Наиболее известными теориями потребностей в настоящее время являются:

1) теория иерархии потребностей, разработанная А. Маслоу [18];

2) теория ERG (потребности существования, связи и роста), разработанная К. - Альдерфером [16];

3) теория приобретенных потребностей МакКлелланда [19; 20];

4) теория двух факторов Герцберга [17].

Как правило, способ классификации потребностей зависит от целей исследования. Выделяют, к примеру, два основных направления потребностей: потребительское (восстановление жизненных сил) и творческое (применение физических и духовных сил) [15, с.98].

В своем исследовании мы выделяем четыре группы потребностей исходя из структуры потребительского рынка региона:

1. Потребности в культурном и образовательном развитии (рынок образовательных услуг, рынок услуг учреждений культуры, рынок досуговых услуг).

2. Потребности в поддержании здоровья (рынок туристических и рекреационных услуг, рынок спортивных услуг, рынок медицинских услуг, рынок ветеринарных услуг).

3. Потребности в поддержании жизнедеятельности организма (рынок товаров народного потребления, рынок продовольственных товаров, рынок услуг общественного питания).

4. Потребности в поддержании условий жизни (информационный рынок, рынок бытовых услуг, рынок транспортных услуг, рынок жилищно-коммунальных услуг, рынок прочих платных услуг).

С позиции возмездности для населения потребление можно разделить на две

большие группы: потребление на платной основе и потребление на бесплатной основе. «Бесплатное» потребление обеспечивается в основном за счет государственного и муниципального бюджетов: бесплатное медицинское обслуживание, бесплатное образование и т.п. Платное потребление обеспечивается посредством рынка товаров и услуг за счет средств потребителя.

Каждый вид потребностей может быть удовлетворен соответствующей отраслевой составляющей регионального потребительского рынка. Учитывая, что в контексте данного исследования речь идет не о минимальных потребностях, не о рациональном потреблении, а о комплексном удовлетворении индивидуального спроса, логично предположение о существовании платежеспособного спроса в каждом из сегментов.

Таким образом, социально-экономический продукт как результат функционирования потребительского рынка является совокупностью удовлетворенных потребностей населения.

Второй компонент, представленный на выходе системы как результат функционирования потребительского рынка региона – социально-экономический эффект. Это достаточно сложное, многоаспектное явление, и подходы к его изучению могут быть разнообразными. В самом общем виде социально-экономический эффект – это удовлетворенные потребности населения. Более конкретно, на уровне организационно-экономических отношений, эффект предстает в виде тех товаров и услуг, которые были реализованы населению предприятиями-производителями потребительского рынка.

Весьма разнообразны и способы классификации эффекта. Ряд исследователей выделяют прямой и косвенный виды эффекта [11, с.142].

По своей территориально-функциональной природе эффект потребительского рынка региона может быть разделен на три части.

Первая – дифференциальный доход, образующийся в отраслях в связи с различиями в природно-географических условиях. Эта часть совокупного эффекта обнаруживается более четко, если сравнивать две территориальные системы потребительского рынка, идентичные по масштабам, структуре, уровню организации хозяйства, но имеющие различные природно-географические условия.

Вторая – эффект, образующийся за счет различий в отраслевой структуре потребительского рынка региона и в связи с особенностями механизма управления отраслями, которые в практике обусловили разграничение отраслей (как и ассортимента продукции) на более и менее «выгодные» по величине вклада в формирование национального дохода. Эта часть эффекта, как и предыдущая, образуется по причинам, не зависящим от уровня организации, от производительности труда работников.

Третья часть совокупного эффекта – результат уровня организации, уровня производительности труда работников потребительского рынка данного региона.

Такая структурная характеристика эффекта необходима для выбора метода сравнения эффективности функционирования потребительского рынка регионов.

Мы выделяем еще несколько вариантов классификации эффекта потребительского рынка:

1. По формам осуществления: организационно-технический; финансово-экономический; социально-этический.
2. По степени охвата территории:
  - эндогенный, возникающий и распространяющийся внутри региона;
  - экзогенный, выходящий за границы региона.

3. По способу возникновения:
  - интегративный, возникающий в результате однонаправленного действия различных отраслей потребительского рынка;
  - синергический<sup>2</sup>, появление которого обусловлено процессами самоорганизации, саморазвития в подсистемах потребительского рынка. Это дополнительный эффект, который сложно вычленишь в таких многоструктурных системах, как потребительский рынок. К примеру, можно ожидать увеличение роли и удельного веса малого и среднего бизнеса, что повлечет за собой усиление элементов самостоятельности субъектов потребительского рынка, элементов саморазвития конкурентного сектора потребительского рынка. Очевидно, этот процесс будет сопровождаться дополнительным эффектом как со знаком «+», так и «-».

Исследования синергического эффекта находятся в начальной стадии. Неясны его признаки, предпосылки и сферы появления, потенциал, критерии принципиальной возмож-

ности и принципиальной невозможности реализации, виды, типы, формы. Требуется обоснования сама концепция синергии как явления, свойственного большим, многоструктурным, саморазвивающимся системам.

В данной работе мы лишь отметим некоторые формы возможной реализации синергического эффекта на потребительском рынке региона:

1) использование одних и тех же технико-экономических объектов для достижения различных целей разных субъектов потребительского рынка региона;

2) перенос уже апробированных и хорошо зарекомендовавших себя в одних отраслях инноваций, идей, схем работы и т.п., на другие, не обязательно смежные, сферы потребительского рынка региона;

3) реализация недооцененных (прежде всего, с точки зрения финансирования) отраслей потребительского рынка.

Рынок потребительских товаров должен быть ориентирован, прежде всего, на получение социального эффекта. Главная задача торговли потребительскими товарами – удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах, и ее достижение характеризуется объемом продаж товаров, их структурой, качеством товаров, совокупными затратами времени покупателей на приобретение товаров, качеством торгового обслуживания. В центре внимания рынка потребительских товаров находится конечный потребитель продукции – человек.

Социальную эффективность потребительского рынка не всегда можно оценить количественно, что объясняется рядом причин объективного характера, а социальная эффективность в определенной степени носит абстрактный характер.

Обоснует этот вывод следующими соображениями. Во-первых, социальный эффект не поддается однозначному количественному измерению. Данное положение касается таких качественных сторон торговли, как вред, нанесенный человеку в результате низкой культуры торговли, степень влияния торговли на рост производительности и повышение качества труда покупателей, занятых в сфере экономики; высвобождение времени покупателей на удовлетворение других потребностей и т.д.

Во-вторых, социальный эффект торговли как сектора экономики часто не зависит

от самой сферы торговли, так как бывает обусловлен объемом и структурой производства товаров, наличием товарных ресурсов, доходами населения, его платежеспособностью, уровнем цен, качеством товаров и т.д.

В-третьих, для оценки социального эффекта невозможно подобрать интегральный показатель, который мог бы количественно определить социальный эффект. Например, экспериментально можно подсчитать время, затраченное покупателем на приобретение товара, а также его экономию за счет рациональной организации торговли, но выразить количественно влияние этих факторов на эффективность работы предприятий торговли и сферы обслуживания в целом практически невозможно. Эта проблема является весьма важной и требует больших исследований.

В-четвертых, часто эффект от мероприятий по организации торговли проявляется не на потребительском рынке, а за его пределами. Экономия времени за счет рационально организованной торговли позволяет покупателю перераспределить его на другие цели: учебу, отдых, воспитание детей, повышение квалификации, достижение высокой производительности и качества труда и др.

В-пятых, организация торговли товарами конечного потребления предполагает, прежде всего, получение парадоксального эффекта, который выражается степенью удовлетворения потребностей населения потребительскими товарами и услугами. Для этого потребителю должны быть предложены необходимые товары и услуги. Следовательно, для его оценки необходимо охватить весь хозяйственный комплекс, что количественно выразить трудно.

Социальная эффективность потребительского рынка в полной мере может быть изучена лишь в рыночных условиях, при наличии конкуренции. Социальная эффективность характеризует способность торговли решать задачи по организации потребления товаров, снижению совокупных затрат на потребление. Поэтому рассматривать социальную эффективность следует через оценку ее влияния на важнейшие показатели, характеризующие качество жизни населения, а именно степень влияния торговли на удовлетворение платежеспособных потребностей населения на товары и услуги; совокупное время населения на покупку товаров и услуг и ведение домашнего хозяйства.



Под социальным эффектом потребительского рынка следует понимать результативность этой сферы деятельности для всех членов общества: удовлетворение потребностей человека в потребительских товарах и услугах, обеспечение экономии свободного времени членов общества, рационализацию быта и высокое качество торгового обслуживания. Этот качественный критерий может быть выражен через вклад потребительского рынка в максимально возможное удовлетворение потребностей населения, общества в развитие экономики в целом и личности в частности. Количественно и однозначно его выразить невозможно.

Эффективность выступает в качестве обобщающей характеристики совокупной конечной результативности потребительского рынка. Ее нужно рассматривать:

1) через долю участия потребительского рынка в создании национального продукта;

2) по выполнению потребительским рынком экономических и социальных функций при доведении товаров от производства к потребителю;

3) по качеству торгового обслуживания.

Рассмотрев потребительский рынок региона с позиций системного подхода, представим его в системе экономических отношений (табл.).

**Таблица – Потребительский рынок в системе экономических отношений**

	Определение ПР	Субъекты ПР	Человек в системе ПР	Функции ПР	Результат функционирования ПР			
					продукт	эффект		
Со стороны производственных отношений	Социально-экономические отношения	Сущность	Отношения между субъектами по поводу предоставления населению возможности полноценного удовлетворения общественных и личных потребностей	Потребители и производители социально-экономического продукта с их потребностями, интересами и противоречиями	Главная цель	- Обеспечивающая - Интегрирующая - Стимулирующая	Возможность удовлетворения потребностей населения	Удовлетворенные потребности
	Организационно-экономические отношения	Содержание	Многоуровневая система, состоящая из общехозяйственных структуроопределяющих систем, локальных структуроопределяющих систем регионального уровня и локальных комплексов местного уровня	Индивидуумы, домашние хозяйства	Потребитель Производитель Управленец	- Производство товаров и услуг населению - Локализация потребления - Импульс развитию других отраслей	Готовность предприятий ПР предоставить товары и услуги населению	Товары и услуги, реализованные предприятиями ПР населению
Со стороны производственных сил	Технико-организационные отношения	Форма	Совокупность объектов, относящихся к различным отраслям, производящим товары и услуги населению	Предприятия и организации отраслей ПР	Главный ресурс	- Вспомогательная - Обслуживающая	Товары и услуги отраслей ПР	Финансово-экономические показатели (прибыль, рентабельность и др.)

Иерархичность потребительского рынка региона, сложность элементов в него входящих, позволяют определить потребительский рынок региона как многоуровневую ме-гасистему, объединенную единой целью – удовлетворение потребностей населения.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
2. Арженовский И.В. Региональный рынок: воспроизводственный аспект. – Пижний Новгород, 1997. – 180 с.
3. Берталанфи Л. История и статус общей теории систем. Системные исследования: ежегодник. – М.: Наука, 1973. – С.20 – 37.
4. Бушуева И.В. Региональный потребительский комплекс: теоретические и прикладные аспекты: Монография. – М.: ГОУ ВПО МГУС, 2007. – 109 с.
5. Кемпбелл Э. Стратегический синергизм / Э. Кемпбелл, К. Лачс Саммерс. – СПб.: Питер, 2004. – 416 с.
6. Кузнецова О.В. Экономическое развитие регионов: теоретические и прикладные аспекты государственного регулирования. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 308 с.
7. Новоселов А.С. Региональные рынки. – М.: Инфра-М, 1999. – 236 с.
8. Новоселов А.С. Региональный потребительский рынок. Проблемы теории и практики. – Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 364 с.
9. Новоселов А.С. Теория региональных рынков: учебник. – Ростов н/Д: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002. – 448 с.
10. Системный анализ в экономике и организации производства / С.А. Валуев. – Л.: Политехника, 1991. – 398 с.
11. Социальная инфраструктура и уровень жизни населения крупного города // Человек и общество. Вып.21. Изд-во ЛГУ, 1986. – 189 с.
12. Теория систем и методы системного анализа в управлении и связи / В.Н. Волкова, В.А. Воронков, А.А. Денисов и др. – М.: Радио и связь, 1983. – 248 с.
13. Уемов А.И. Системный подход и общая теория систем. – М.: Мысль, 1978. – 272 с.
14. Экономика знаний / В.В. Глухов. – СПб.: Питер, 2003. – 528 с.
15. Политика доходов и качество жизни населения / Н.А. Горелов. – СПб.: Питер, 2003. – 653 с.
16. Alderfer C.P. Existence, Relatedness and Growth: Human Needs in Organization Settings / C.P. Alderfer. – N.Y.: The Free Press, 1972. – 570 p.
17. Herzberg F. The motivation to work / F. Herzberg., B. Maunsner, B. Snyderman. – N.Y.: Wiley, 1959. – 324 p.
18. Maslow A.N. Motivation and Personality / A.N. Maslow. – N.Y.: Harper and Row, 1970. – 475 p.
19. McClelland, D. Power: The Inner Experience / D. McClelland. – N.Y.: Irvington, 1975. – 520 p.
20. McClelland, D. The Achieving Society / D. McClelland. – Princeton, N.J.: Van Nostrand, 1961. – 310 p.

<sup>1</sup> Подсчитано по: Регионы России. Социально-экономические показатели: Стат. сб. / Росстат. – М., 2007. С. 350, 712, 733, 774.

<sup>2</sup> В экономической литературе часто употребляется термин «синергетический», см.: [1; 5; 14]. Мы исходим из того, что упомянутое явление носит название «синергии», а «синергетика» – это совокупность знаний об этом явлении. Соответственно, эффект от самого явления (а не от знаний о нем) мы называем «синергическим».

# МАРКЕТИНГ – ВАЖНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

© 2008 Н.А. Сидорова\*

*В статье показано, что выполнение маркетинговых условий может приносить значительный доход как отдельным территориям региона, так и в целом регионом Российской Федерации.*

Глубокие социально-экономические преобразования, происходящие в Российской Федерации, дали огромный толчок развитию туризма. Впервые за долгие годы широкие слои населения страны получили возможность выезжать за границу без каких-либо ограничений. Но число выезжающих за рубеж значительно превышает число иностранных граждан, приезжающих в нашу страну. Причиной в том, что:

1. Сохраняется до сих пор негативный имидж России в глазах многих граждан других стран.

2. Инфраструктура туризма и гостеприимства, а именно наличие недорогих мест в гостиницах, качество приема иностранных туристов и предоставляемых им услуг, не отвечает современным международным стандартам.

3. Недостаточны усилия государственных институтов и деловых кругов по привлечению иностранных граждан в нашу страну, проявляющиеся в слабом пропагандистском и информационном освещении богатейших и уникальных природных ресурсов, исторических и культурных памятников мирового значения, выдающихся собраний художественных ценностей, высоких образцов музыкального и театрального творчества.

4. Существование в ряде случаев длительной и дорогостоящей процедуры визового оформления зарубежных туристов.

По данным исследований Всемирного экономического форума в Давосе, Россия в

конце 2006 г. занимала 68-е место в мире по привлекательности для туризма.

Общепризнанным фактом является то, что туризм играет существенную роль в решении проблем развития региональной экономики. Туризм, с одной стороны, сложное общественно-экономическое явление, а с другой – это специфический вид индустрии, функционирование которой при наличии соответствующей инфраструктуры и выполнении ряда маркетинговых условий должно приносить значительный доход, как отдельным территориям региона, так и в целом определенным регионам Российской Федерации.

Обеспечение качественного туризма является задачей и общественного, и частного секторов регионального туристского рынка, а при этом экономическая эффективность туризма является составным элементом эффективности общественного производства, которое функционирует в интересах всего общества. Динамические изменения туристского спроса и предложения на современном туристском рынке требуют глубоких маркетинговых исследований с целью использования маркетинговых мероприятий предприятиями регионального туристского рынка.

За последнее время произошли глобальные изменения в производстве и социальной культуре, и появление маркетинга обусловлено переходом индустриальной эпохи развития к информационной, при которой производство в сфере услуг становится гибким, ориентированным на индивидуальные запросы потре-

---

*Сидорова Наталья Александровна – соискатель Чебоксарского кооперативного института.*

бителей определенных сегментов рынка. На основе маркетингового подхода туристские предприятия определяют целевой туристский рынок, на котором они смогут реализовать с наибольшей эффективностью свои производственные и маркетинговые возможности по формированию и реализации качественного регионального туристского продукта.

Туризм – это сложная система, где осуществляется сочетание экономики и социальной политики, экологии и культуры для достижения положительного маркетингового эффекта. Чувашская Республика обладает значительным туристским потенциалом. Особое место в региональном туризме занимает внутренний и выездной туризм.

Размеры организованного туризма (т.е. путешествие лиц, воспользовавшихся услугами туристических фирм – туроператоров и турагентов) отражают данные о деятельности туристических фирм, которые являются одной из составляющих туристской индустрии.

Из данных таблицы видно, что в 2006 г. туристской деятельностью в республике занимались 38 турфирм, их количество по сравнению с 2004 г. увеличилось в 2,1 раза. Почти все турфирмы (88,9%) имеют частную форму собственности.

Из общего количества туристских фирм в 2006 г. более 94% занимались турагентской деятельностью, и только 6% – туроператорской деятельностью. Специфика услуг туроператоров заключается в подборе и комбинировании основных и дополнительных туристских услуг, их предварительном планировании и стандартизации, т.е. формировании программного пакета по единой цене, в совокупности образующих тур, который туроператор продает через посредников (турагентов) или напрямую клиентам. Турагенты занимаются только реализацией туров.

Число реализованных туристских путевок в 2006 г. увеличилось по сравнению с 2004 г. в 1,2 раза. На территории России количество реализованных путевок составило – 81%, по зарубежным странам – 19%. Ежегодно республику посещают около 20 тыс. туристов, из них свыше 2 тыс. иностранных туристов, пребывающих на теплоходах. Значительно увеличилась стоимость реализованных путевок – в 2,7 раза, в том числе по зарубежным странам – в 8,2 раза.

В 2006 г. туристскими фирмами было обслужено 43320 туристов, что в 2,4 раза больше, чем в 2004 году. В туры по зарубежным странам отправлено 6284 гражданина России. Наибольшим спросом среди них пользовались

**Таблица – Основные показатели деятельности туристских фирм Чувашской Республики**

	2004 г.	2005 г.	2006 г.
Число туристских фирм (на конец года) - всего,			
В том числе занимались:	18	33	38
туроператорской деятельностью	3	1	2
турагентской деятельностью	15	31	36
только экскурсионной деятельностью	-	1	-
Средняя численность работников (включая внешних совместителей и работников несписочного состава), человек	314	145	146
Число реализованных населению туристских путевок – всего, путевок	15 193	21 566	17 947
в том числе:			
по территории России	14 577	19 772	14 610
по зарубежным странам	616	1 794	3 337
Стоимость реализованных населению туристских путевок – всего, млн.руб.	67,3	121,6	183,5
в том числе:			
по территории России	55,2	64,5	84,5
по зарубежным странам	12,1	57,1	99,0
Число обслуженных туристов, человек	17 964	23 549	43 320
в том числе:			
граждане России (отправлено)	17 954	23 444	43 289
граждане других стран (принято)	10	105	31

следующие страны: Турция (35,2% от общего количества граждан России, отправленных в туры по зарубежным странам), Египет (26,9%), ОАЭ (5,1%), Испания (4,2%), страны СНГ (3,7%) и Италия (3,5%).

В туры по России отправлено 37036 туристов, в том числе 31 иностранный турист, 80,4% из них принято в Чувашской Республике, 5,6% – в Краснодарском крае, 3,2% – в Республике Татарстан, 3,1% – в г.Москва, 2,8% – в Республике Марий Эл.

Рекреационный потенциал республики в настоящее время относительно невысок. Сформировавшиеся зоны рекреации отсутствуют, можно выделить лишь несколько районов концентрации учреждений, не связанных между собой ни функционально, ни по системе инженерных коммуникаций: левобережье р. Волги, напротив г. Чебоксары (от пос. Сосновка до с. Кувшинка); зона отдыха в районе Криушей; район с. Шомиково (Моргаушский район), с. Адыльял и п. Сюктерка (Чебоксарский район). Уникальность природной среды: наличие рек и лесов, заповедных мест, стык культур и сохранение самобытности народа позволяют развивать различные виды туризма (экологического, этнического и др.)

Для формирования образа республики как региона, благоприятного для дальнейшего развития туризма, немаловажное значение имеет ее географическое положение и экологическая обстановка. В этом смысле Чувашия имеет огромный потенциал природных ресурсов для лечения и отдыха. Республика располагается в центре европейской части Российской Федерации, в основном на правом берегу реки Волга. Кроме реки Волга по территории Чувашии протекает крупная река Сура и более 2 тыс. мелких речушек и ручьев, насчитывается 754 озера, построено более 3 тыс. плотин с водохранилищами. В республике – умеренный климат, лечебные грязи и минеральные воды; дубовые и сосновые леса, заповедники. Одно из основных достоинств Чувашской Республики – удачное расположение на реке Волга, которая протекает по живописным местам, что способствует развитию экологического туризма.

Чувашская Республика обладает значительным потенциалом для развития экологического и сельского туризма. Волжские и сурские пляжи, привлекательный природный ландшафт являются притягательными моментами для развития экологического туризма. Но для развития этого вида туризма необходимо обес-

печение туристам комфортабельных условий проживания с соблюдением всех норм содержания гостевых хозяйств. Сегодня остро стоит вопрос о насыщении объектов экологического туризма: отмечается недостаточное содержание и развитие дорог, необустроенность экологических зон прогулочными тротуарами и их плохое состояние, отсутствие и беспорядочная разбросанность торговых рядов, недостаточное инвестирование в сектор экологического туризма.

Однако природный потенциал г. Чебоксары и других промышленных городов республики в настоящее время в определенной мере нарушен неблагоприятными процессами, связанными с загрязнением атмосферы промышленными предприятиями и автотранспортом, загрязнением водоемов недостаточно очищенными стоками. Так, по данным отдела водных ресурсов Верхне-Волжского бассейнового водного управления по Чувашской Республике сброс загрязненных сточных вод в 2006 г. составил 133,6 млн. м<sup>3</sup> или на 6,1% превысил уровень сброса в 2005 году. Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух от стационарных источников, хотя и уменьшились за последние 3 года, но составили в 2006 г. – 32,4 тыс. тонн. Немногим более трети общего количества загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников, уловлено и обезврежено в 2006 г.

Инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов, в 2006 г. составили более 132 млн. руб., или в 1,6 раза больше, чем в 2002 г., что в определенной степени способствует устранению процессов, снижающих природный потенциал республики.

Изделия художественных промыслов, которые являются носителями традиций и особенностей культуры республики, также относятся к объектам туристского интереса. К сожалению, в последние годы производство таких изделий в Чувашии утрачивается.

Художественные народные промыслы и ремесла в Чувашской Республике представлены такими традиционными видами, как:

- Чувашская национальная вышивка;
- Резьба по дереву;
- Лозоплетение;
- Изделия из керамики;
- Изделия из бересты;
- Национальные украшения из бисера и монет и т.д.

Особое внимание должно быть уделено развитию молодежного и спортивного туризма с использованием всех имеющихся туристических баз, переориентация этих баз под молодежные лагеря с предоставлением комплекса туристских, спортивных и развлекательных мероприятий.

Несмотря на значительный природно-рекреационный и культурно-исторический потенциал, туристская отрасль в Чувашской Республике, занимает небольшой удельный вес в экономике республики.

Основными проблемами развития туризма в республике являются:

- Неразвитость инфраструктуры для внутреннего и въездного туризма, таких важнейших элементов, как транспорт и связь, сеть предприятий питания и развлекательных услуг, обеспеченность туристским инвентарем;

- Слабая материально-техническая база туризма, которая характеризуется высокой степенью морального и физического износа, дефицитом современных объектов размещения;

- Идет отток туристов за пределы региона и значительных финансовых средств;

- Недостаточное использование круизного туризма по реке «Волга»;

- Недостаток финансовых средств для развития рекреационного туризма;

- Неразвитость спортивного и спортивно-оздоровительного туризма, прогулочного и промыслово-прогулочного туризма;

- Слабое развитие молодежного и спортивного туризма и т.д.

В целях решения вышеперечисленных проблем Правительством Чувашской Республики был принят ряд нормативно-правовых документов, нацеленных на обеспечение развития индустрии туризма как основы повышения потенциала туристского комплекса республики. Основы развития отрасли туризма в республике были заложены в Законе Чувашской Республики «О туризме», принятом Государственным Советом Чувашской Республики 30 сентября 1997 года. Дальнейшие направления развития туризма нашли свое отражение в «Концепции развития туризма в Чувашской Республике на 1998 – 2003 гг.», утвержденной постановлением Кабинета Министров Чувашской Республики от 31 октября 1998 г. № 317.

С целью реализации единого комплекса мероприятий по развитию въездного и внутреннего туризма в Чувашской Республике и основываясь на туристских возможностях республики, разработана новая Республиканская це-

левая программа «Развитие туризма в Чувашской Республике на 2005 – 2010 годы», утвержденная Указом Президента Чувашской Республики от 16.12.2004 г. № 137. В программе четко определены направления развития внутреннего и въездного туризма в Чувашской Республике, рассмотрены рекреационные возможности республики и выявлены проблемные моменты, препятствующие развитию туризма. Основная цель программы: формирование на территории Чувашской Республики конкурентоспособного туристского комплекса, в частности:

- Создание гостиничного и культурно-развлекательного комплекса в районе речного порта г. Чебоксары.

- Создание организации с функциями туроператора.

- Разработка и реализация комплекса мер по развитию курорта республиканского значения «Волжские зори».

- Комплексное развитие туризма в Чувашской Республике.

- Строительство туристического комплекса в государственном учреждении «Национальный парк «Чаваш вармане».

- Участие в крупнейших межрегиональных, всероссийских, международных туристических выставках путем создания единого стенда Чувашской Республики, организация презентаций туристических возможностей Чувашской Республики.

- Создание и развитие системы детского, молодежного и социального туризма в Чувашской Республике.

Главный социальный эффект Программы состоит в создании предпосылок и условий для удовлетворения потребностей населения, в том числе детей и молодежи, в активном и полноценном отдыхе, укреплении здоровья, приобщении к культурным ценностям. Реализация программы позволит к 2010 г. увеличить на 27% приток туристов в Чувашию, что может принести свыше 2,5 млн. руб. налоговых поступлений в бюджет только за счет обслуживания туристов.

В результате реализации Программы предполагается ввести в эксплуатацию свыше 400 мест для размещения туристов, дополнительно создать от 1750 до 2500 новых рабочих мест в гостиничном хозяйстве и учреждениях обслуживающей инфраструктуры.

Реализация намеченных мероприятий по туризму будет способствовать улучшению туристического обслуживания региона в целом и санаторно-курортных комплексов региона в частности.

## ТОРГОВЛЯ, УЧЕТ И АУДИТ

УДК 339.37

# ТОРГОВЛЯ КАК ВИД ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СПЕЦИФИЧНОСТЬ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

© 2008 М.Д. Белецкий\*

*В статье уточняется содержание понятий: «торговля», «розничная торговля» в экономическом и правовом аспектах.*

**Т**орговля на современном этапе социально-экономического развития нашей страны выступает в качестве своеобразного катализатора, активизирующего товарное обращение, способствуя тем самым достижению основополагающей цели общественного производства – наиболее полному удовлетворению существующих и предполагаемых потребностей общества.

Необходимо уточнить, что термин «торговля» имплицитно включает несколько понятий. Представим наиболее значимые из них.

Достаточно распространенным, особенно в работах зарубежных авторов, является использование термина «торговля» (англ. – trade) в значении *процесс обмена*, включающий совокупность операций по организации условий для осуществления акта купли-продажи, в первую очередь – установление меновых пропорций, устраивающих каждую из сторон обмена, а также, передачу разнородных потребительных ценностей – объектов обмена. При этом, данное понятие включает

как сделки, осуществляемые в форме натурального обмена (бартерные сделки), так и сделки с использованием универсального товара – денег, предусматривающие в данном случае смену форм стоимости с товарной на денежную.

Некоторые отечественные авторы [5, с.43] ограничивают данное понятие в содержательном аспекте, относя к торговле осуществление обмена при помощи денег.

Отметим, тем не менее, что и при натуральном обмене имеет место установление меновых пропорций (торг), а соответственно, термин «торговля» в вышеуказанном значении может быть использован также применительно к данной форме обмена.

В поддержку данной позиции, сослещемся на воззрение известного шотландского философа Дэвида Юма (1711–1776) [1, с.80], справедливо утверждавшего, что деньги не колеса торговли – это смазка для них.

Тем не менее, торговую деятельность, осуществляемую при помощи всеобщего эквивален-

---

*Б е л е ц к и й Максим Джамалуддинович – аспирант кафедры коммерции и технологии торговли Российского университета кооперации.*

та – денег мы рассматриваем в качестве наиболее развитой формы товарного обмена.

Специфика осуществления бартерной сделки ( $T - T$ ) состоит в том, что каждый из субъектов обмена совмещает роли продавца и покупателя.

Товарный обмен, в котором в качестве одного из объектов обмена выступает абсолютно ликвидный товар – деньги, подразделяется, соответственно на два акта: продажу и покупку ( $T - Д - T$ ). При этом производитель попеременно выступает как продавец и покупатель.

Использование в качестве средства обмена всеобщего эквивалента – денег и связанная с этим эволюция форм товарного обмена; исторически предопределенная дифференциация труда и специализация на основе принципа сравнительного преимущества явились факторами, обусловившими появление нового участника процесса обмена – торгового посредника, выступившего в качестве звена, связавшего сферу производства и сферу потребления.

Данное обстоятельство привело к возникновению двух новых понятий, обозначаемых термином «торговля»: *вид предпринимательской деятельности* в сфере товарного обращения, направленный на оказание услуг прямо или косвенно связанных с куплей-продажей товаров, и соответственно, *отрасль*, обособившихся вследствие общественного разделения труда субъектов (производственных единиц используемых ими), осуществляющих торгово-предпринимательскую деятельность (в настоящее время относящаяся к сфере нематериального производства).

Отметим, однако, что в настоящее время достаточно распространенной ситуацией является осуществление субъектами предпринимательства, в том числе в сфере торговли, многопрофильной деятельности.

Приведем определение предпринимательской деятельности, отражающее ее содержание в правовом аспекте.

В соответствии с ГК РФ ст.2, предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Введение в экономическую теорию термина «предприниматель» принадлежит Ричарду Кантильону (1680 – 1734), который, в своей единственной книге «Эссе о природе торговли вообще», изданной после его смерти в 1755 г. данным термином обозначил человека, покупающего по известной цене, а продающего по неизвестной, а соответственно несущего риск [7, С. 28 – 33].

Вышеуказанное определение рассматривает торговое предпринимательство в упрощенной форме, которая имеет мало общего с истинным его содержанием.

В узком смысле, содержание данного вида предпринимательской деятельности заключается в закупке способных к перемещению товаров и перепродаже без затрагивания основных свойств товаров при исполнении технологических операций.

Отметим, что торговля включает осуществление не только прямых сделок между продавцом и покупателем, но и сделок, осуществляемых от имени третьих лиц.

Экономическое содержание торгового предпринимательства базируется на основной формуле товарного обращения – смене формы стоимости:  $Д - T \dots T - Д$ , однако для того, чтобы данные акты из состояния возможного перешли в состояние действительного, необходимо выполнить ряд специфических операций хозяйственного, торгового и технологического характера по организации условий для его осуществления.

В качестве значимых функций торговли, выступают нижеследующие:

– реализация произведенной в сфере материального производства потребительной ценности, посредством стоимостного обмена. Осуществление данной функции связывает производство с потреблением и создает экономическую предпосылку воспроизводства совокупного общественного продукта. Данная функция составляет основное экономическое содержание торгово-предпринимательской деятельности.

– доведение предметов потребления до потребителей. Выполнение данной функции обеспечивается совокупностью операций по перемещению предметов потребления (товаров) из сферы производства в сферу потребления (например, транспортировка, хранение, сортировка, упаковка и проч.);

– функция маркетинга связана с проведением рыночных исследований, выбором



каналов товародвижения и их организацией, определим рационального ассортимента товаров и услуг, цен на товары и услуги, условий их реализации и проч.;

– установление и поддержание хозяйственных связей с поставщиками товаров, исполнителями работ, услуг;

– поддержание баланса между спросом и предложением путем воздействия, с одной стороны, на предложение в отношении объемов производства предметов потребления, их ассортимента и качественных параметров, с другой стороны – на спрос, предоставлением продукта, в наибольшей степени удовлетворяющего платежеспособные потребности потребителя; внедрением мероприятий, имеющих стимулирующий сбыт характер и пр.;

Совокупность операций, связанных с организацией и актуализацией стоимостного обмена, а также доведением товаров до потребителей и предоставлением дополнительных услуг входят в состав деятельности, как производителей товаров, так и торговых посредников. Однако, если для производителей товаров данная деятельность, как правило, является *вспомогательной*, то для торговых посредников выступает в качестве *основной*, специфичность которой, в лаконичной форме отражена в содержании исследования Крие А. и Жале Ж., где они обращают внимание на то, что «коммерсанты, находясь между производителями и потребителями, оказывают услуги и тем и другим» [2, с.9].

Данное высказывание представляется нам справедливым, поскольку процесс преобразования ресурсов (оборудования, рабочей силы, технологий, энергии, финансовых средств, информационных ресурсов и проч.), осуществляемый в рамках данной деятельности, направлен на создание специфического экономического продукта – услуг торговли, предназначенных, как в совокупности с товарами, так и наряду с ними, служить в качестве объекта обмена на рынке товаров и услуг.

При осуществлении предпринимательской деятельности, в качестве основополагающего ресурса выступают предпринимательские способности. Недаром, зарубежные экономисты С.Л. Брю и К.Р. Макконнелл [3, с.192], рассматривают прибыль как отдачу от данного специфического вида человеческого ресурса, независимо от сферы его приложения.

Современные российские исследователи [6, с.190] обосновывают возвращение понятия «предпринимательство» в экономическую терминологию, как признание необходимыми таких условий, как:

– действительная, а не формальная экономическая и юридическая самостоятельность хозяйствующих субъектов;

– свобода выбора вида хозяйственной деятельности и агентов экономических отношений;

– признание права существования различных форм собственности, в том числе частной.

Совокупность вышеуказанных основных признаков, характеризующих экономико-правовую среду современного рыночного хозяйства России позволяет с полным на то основанием, отнести торговлю к разновидности предпринимательской деятельности, что соответствует положению, утвержденному ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения», согласно которому *торговля* характеризуется как: вид предпринимательской деятельности, связанный с куплей-продажей товаров и оказанием услуг покупателям.

На взгляд автора, вышеуказанное определение не в полной мере отражает сущность торгового предпринимательства, поскольку ограничивает целевую направленность удовлетворением потребностей покупателей. Продукты данного вида предпринимательской деятельности, могут быть предназначены для удовлетворения потребностей не только покупателей, но также производителей товаров, комитентов, поставщиков услуг и проч., поэтому, вполне обоснованным считаем замену понятия «покупатель» на «потребитель», как более широкого по смыслу, и соответственно, раздвигающего при использовании в контексте определения рамки определяемого понятия.

К основополагающей характеристике предпринимательской деятельности знаменитый австрийский экономист Йозеф Алоиз Шумпетер (1883–1950) относит экономическое новаторство. В своем труде «Теория экономического развития» (1912), принесшим ему мировую славу, характеризует предпринимателей как хозяйствующих субъектов, функцией которых является осуществление новых комбинаций и соответственно выступающих как их активный элемент [4, с.169 – 170].

Логически обоснованным этапом данного исследования является необходимость представить определение субъектов торговли, выступающих в качестве основных звеньев, действующих элементов сферы товарного обращения под которыми, согласно ГОСТ Р 51303-99, понимаются юридические лица или индивидуальные предприниматели, занимающиеся торговлей и зарегистрированные в установленном порядке.

При осуществлении торговой деятельности юридическими лицами, преследующими извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности, последние относятся к коммерческим организациям, создающимся в форме: хозяйственных товариществ (полных товариществ; товариществ на вере) и хозяйствующих обществ (обществ с ограниченной ответственностью; акционерных обществ; обществ с дополнительной ответственностью), производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий.

К некоммерческим относятся организации, для которых извлечение прибыли не является основной целью деятельности, а соответственно, полученная прибыль не распределяется между участниками данных организаций (потребительские кооперативы; фонды; учреждения; объединения юридических лиц и пр.).

Осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли некоммерческими организациями допускается постольку, поскольку это служит средством к достижению целей, ради которых они созданы и соответствует им.

Объектом нашего исследования является розничная торговля, как представляющая наибольшую значимость в сфере товарного обращения, поэтому определим специфичность данного вида торгово-предпринимательской деятельности.

Розничная торговля в совокупности с оптовой относится к внутренней торговле.

Правовой аспект содержания розничной торговли отражен в ГК РФ ст.492.п.1, согласно которому: «по договору розничной купли-продажи, продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, обязуется передать покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью».

То есть основополагающим критерием, дающим основание для определения специфичности розничной торговли, является целевое назначение реализуемых товаров и предоставляемых услуг, характеризующихся как потребительские.

В отличие от оптовой торговли, целевая направленность которой – удовлетворение потребностей в товарах и услугах, как правило, производственных или коммерческих потребителей (т.е. промежуточных потребителей), посредством осуществления розничной торговли создается специфический экономический продукт – услуга розничной торговли, которая в совокупности с товарами или наряду с ними предназначена для удовлетворения потребностей конечного потребителя.

В качестве конечного потребителя выступают, как правило, физические лица, имеющие намерения приобрести товар, воспользоваться услугами, приобретающие товар или пользующиеся приобретенным товаром, потребляющие услугу или воспользовавшиеся последней в вышеуказанных целях.

С учетом установленных законодательством требований в розничной торговле (комиссионной) допускается реализация не только новых, но и бывших в употреблении товаров.

Основным показателем, характеризующим розничную торговлю, является розничный товароборот, который одновременно отражает следующую триаду: стоимость реализованной конечным потребителям товарной массы, денежную выручку продавцов, а также расходы конечных потребителей на приобретение товаров и потребление услуг, неразрывно связанных с обеспечением данной функции.

На основании вышеизложенных положений *розничную торговлю* мы определяем как вид предпринимательской деятельности, направленный на оказание услуг конечному потребителю, прямо или косвенно связанных с куплей-продажей товаров потребительского назначения.

Необходимо отметить, что вышеуказанный вид предпринимательской деятельности включает в себя совокупность форм реализации товаров, методов торгового обслуживания, позволяющих субъектам торговли посредством оптимального выбора обеспечить наиболее эффективное использование

имеющихся в их распоряжении и привлеченных ресурсов в соответствии с поставленными целями.

Разность целевого назначения реализуемых товаров и предоставляемых услуг определяет месторасположение предприятий розничной торговли в цепи товародвижения, где им отводится роль конечного звена, отражаясь в специфичности черт осуществляемой деятельности. В качестве наиболее значимых можно выделить нижеследующие:

– локальность охвата зоны обслуживания покупателей;

– небольшой размер разовой сделки, а соответственно больший объем совершаемых сделок (данная особенность обусловлена выполнением операций дробления крупных партий товара, обеспечивающих возможность увеличения общего количества приобретаемых единиц товара, а соответственно, удовлетворения большего объема потребностей покупателей);

– необходимость формирования ассортимента, обеспечивающего постоянное наличие в продаже необходимого потребителю товара и предоставление условий для осуществления эффективного выбора;

– значимость дислокации объектов розничной торговли, в которых предлагается совокупность товаров и услуг в максимально приближенном к потребителю месте, что позволяет сокращать их временные и материальные издержки, не даром, зачастую в подтверждение данного положения приводят ставшую общеизвестной цитату: «Как бы не были замечательны товары и услуги, искусство торговать и уровень качества сервиса, каждый ритейлер должен осознавать, что существует три важнейших элемента успеха: местоположение, местоположение и еще раз местоположение.» [8, с. 136] (в то время, как при осуществлении сделок посредством оптовой торговли данная характеристика не является приоритетной);

– отсутствие барьеров для обслуживания потребителей, «несоответствующих» рамкам предполагаемого сегмента (для осуществления сделок в розничной торговле достаточно наличие платежеспособных потребностей, в то время, как при реализации товаров посредством оптовой торговли, спрос, нередко является лишь частью совокупности условий, необходимых для совершения сделки, поскольку, значимыми являются, также: объем

сделки; регулярность сделок в определенном временном периоде; форма и сроки оплаты и прочие условия). Данная характерная особенность имеет под собой правовую платформу, поскольку, как оферта в розничной торговле (предложение товара, содержащее все существенные условия договора купли-продажи), так и сам договор купли-продажи, являются публичными;

– продукт розничной торговли предназначен, как правило, для удовлетворения большего спектра потребностей. Приобретение товаров выступает для покупателей в качестве основополагающей, но далеко не единственной потребности, поскольку удовлетворению могут подлежать также потребности: в изучении новых тенденций; общении с группами потребителей, имеющих сходные интересы; получении положительных эмоций в процессе приобретения товаров и потребления дополнительных услуг; развлечения (при восприятии процесса покупки товаров как своеобразной формы отдыха) и многие другие.

– зависимость эффективности функционирования деятельности предприятий розничной торговли от субъективности восприятия потребительной ценности товаров и услуг (при реализации товаров посредством оптовой торговли восприятие предоставляемой потребительной ценности носит более объективный характер, т.к. в большей степени поддается количественной оценке, отражаясь на экономических показателях промежуточных потребителей).

Поскольку приведенные нами ранее в работе (с.1) функции торговли относятся в равной мере и к розничной торговле, как входящей в объем понятия «торговля», не видим необходимости дублировать их, поэтому приведем лишь функции, характеризующие специфику розничной торговли.

Деятельность розничных торговых предприятий по доведению товаров до конечного потребителя, создание комфортных условий по их реализации; информирование потребителя о имеющемся ассортименте товаров и услуг; проведение мероприятий, стимулирующих сбыт товаров и проч. высвобождают ресурсы производственного предприятия для перераспределения их в сферу, обеспечивающую наибольшую эффективность применения: производственную; ПИ-ИОКР и пр.

Благодаря специализации, в свою очередь, субъекты торговли выполняют операции, связанные со сменой формы стоимости и доведением товаров до потребителей наиболее экономичным способом, что снижает издержки в сфере обращения.

Тенденции укрупнения предприятий розничной торговли также оказывает влияние на снижение затрат покупателей на приобретение товаров и услуг, «вымывая» лишние звенья из цепи товародвижения.

Так, благодаря успешной деятельности сетевых розничных структур за последние восемь лет потерпело крах в конкурентной борьбе большинство мелкооптовых и некоторая доля оптовых посредников.

Таким образом, мы можем говорить о осуществлении укрупненными субъектами розничной торговли новой функций: оптимизации звеньев товародвижения.

В процессе осуществления хозяйственной деятельности розничные торговые предприятия взаимодействуют с представителями многих отраслей народного хозяйства, (как сферы материального производства, так и социально-культурной сферы: промышленности, строительства, транспорта, связи, науки, материально-технического обеспечения и бытового обслуживания и др.), размещая свои заказы, они стимулируют их деятельность и задают вектор развития.

Розничная торговля выполняет коммуникативную функцию как по отношению к поставщикам (производителям, оптовым посредникам), так и по отношению к конечным потребителям товаров и услуг.

Розничная торговля информирует потребителей о тенденциях на рынке потребительских товаров и услуг, о потребительских свойствах товаров, возможностях их использования, инновационных товарах и услугах, условиях приобретения, ценах, времени проведения рекламных акций, дегустаций и проч.

В то же время, являясь последним звеном товародвижения, непосредственно контактирующим с конечным потребителем розничная торговля синтезирует сведения о состоянии рынка, потребительских предпочтениях, и используя обратную связь доводит данные сведения до производителя, оказывая влияние на объем, качество выпускаемой продукции, структуру ассортимента, стимулируя выпуск продукции, соответствующей, как существующим, так и предполагаемым потребностям покупателей.

В настоящее время розничная торговля является своеобразным представителем покупателей, поскольку экономическая эффективность деятельности торговых предприятий находится в прямой зависимости от уровня потребительской удовлетворенности.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. История экономических учений: Учеб. пособие / Под ред. В. Автономова, О. Ананьина, Н. Макашевой. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 784 с.
2. Крие А., Жале Ж. Внутренняя торговля: Пер. с фр. / Общ. ред. В.С. Заганвили. – М.: Прогресс – Унивсрс, 1993.
3. Макконнелл К., Брю С. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. – М.: Республика, 1992. – Т.1.
4. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1983.
5. Экономика торгового предприятия: Торговое дело: Учебник / Под ред. Л.А. Брагина. – М.: ИНФРА-М, 2006.
6. Экономическая теория: Учебник. Изд. испр. и доп. / Под общ. ред. акад. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 672 с.
7. Cantillon R. Essai sur la nature du commerce en general. Paris, 1952.
8. Sunil Taneja. "Technology Moves In.", Chain Store Age, May 1999.

## СИСТЕМА РИСКОВ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

© 2008 А.А. Спивак\*

*Автор утверждает, что многообразие рисков предприятий торговли не позволяет разработать единый механизм защиты от воздействия рисков любого типа.*

**Р**иск является неотъемлемой составной частью любой предпринимательской деятельности. Однако на практике роль риска в различных видах предпринимательской деятельности неодинакова. В производственном предпринимательстве, предприятиям – как более инертному звену рыночного механизма – свойственно более осторожное отношение к риску. Деятельность же торговых организаций, напротив, построена на использование ситуаций повышенного риска.

Наличие риска является сильнейшим стимулом для эффективного использования средств и ресурсов предприятия, что вынуждает руководство тщательно анализировать инвестиционные сметы, нанимать соответствующий персонал. Любая торговая организация старается минимизировать уровень риска и из нескольких альтернативных вариантов выбирает тот, при котором уровень риска минимален. Существует необходимость выбирать оптимальное соотношение уровня риска и степени развития деловой активности, доходности.

Нахождение оптимального метода анализа, оценки и регулирования риска нельзя представить без использования соответствующих классификаций рисков.

Общепризнанной обобщающей классификации предпринимательских рисков, в том числе рисков деятельности торговых организаций, сегодня не существует, хотя встречаются различные варианты группировки и классификации рисков у российских и зарубежных исследователей. При этом нередко

классификационные признаки недостаточно систематизированы или же имеют несопоставимую базу, разные по названию риски имеют одинаковое наполнение, и наоборот, различные по сути и содержанию риски имеют одно и то же название.

Можно привести ряд подходов к группировке предпринимательских рисков. Так, Ю. Осипов отмечает три основных группы предпринимательских рисков: инфляционные, финансовые и операционные риски [4]. Й. Шумпетер выделяет два вида рисков: обусловленные техническим отставанием производства или последствиями стихийных бедствий и риски, связанные с потерей коммерческого успеха. С. Валдайцев группирует все риски по двум направлениям: коммерческие и технические [2]. Такие укрупненные классификации представляются явно недостаточными для проведения всестороннего анализа возможных предпринимательских рисков.

Серьезные разработки подходов к классификации предпринимательских рисков приводятся в работе М. Лапусты и Л. Шаршуковой (3). В частности, ими проанализирована сущность следующих рисков: политического, производственного, коммерческого, финансового, технического, отраслевого и инновационного. Следует, однако, отметить, что перечисленные риски составляют лишь малую долю совокупности возможных предпринимательских рисков и их роль в конкретных ситуациях может быть весьма ограниченной.

Некоторые авторы пытаются в классификацию ввести максимально возможный пере-

---

*С п и в а к Анна Александровна – кандидат экономических наук, доцент  
Российского университета кооперации.*

чень рисков, что многократно усложняет классификацию и приводит к включению в перечень как существенных, так и весьма незначительных рисков. Другие вводят в классификации риски только по отраслевому признаку или виду предпринимательской деятельности. На наш взгляд, большинство встречающихся классификаций полезны для использования в каких-либо конкретных случаях, но не могут применяться для более широких обобщений.

Кроме того, на предпринимательские риски, несомненно, оказывает определенное влияние область применения предпринимательского труда. Специфика предпринимательских рисков в сфере торговли обусловлена, прежде всего, характеристиками и особенностями данной отрасли.

Так, в круг товарного обращения входит большое количество торговых организаций, основная и вспомогательная деятельность которых значительно отличается друг от друга. Следовательно, первой характерной особенностью формирования рисков в данной сфере является их большое разнообразие, возможность внезапного возникновения новых, непредвиденных рисков и комбинаций различных рисков, что требует разработки специфических мер по защите от их воздействия.

Следующей особенностью торговли является структура основных фондов, которая характеризуется сочетанием собственных и арендованных фондов. Больше половины основных фондов торговли находится в арендованных встроенных и пристроенных торговых помещениях. Причем в стоимости различных основных фондов предприятий торговли здания и сооружения занимают больше места, чем в среднем по национальному хозяйству, а удельный вес машин и оборудования в два раза меньше. Степень износа основных фондов крупных и средних организаций торговли и общественного питания составляет 37,8%, а степень износа передаточных устройств, машин и оборудования – 75,9% и 5,02% соответственно [1, с. 90].

В настоящее время положение предприятий торговли меняется. Некоторые предприятия используют современные технологии торгового процесса, новое кассовое и другое оборудование, способное ускорить процесс продажи товаров, обращение финансовых средств, а, следовательно, снизить риск торговой деятельности.

Характерной особенностью торговой деятельности является значительно большая

потребность в оборотных средствах по сравнению с другими отраслями национального хозяйства. По источникам формирования оборотных средств торговли характеризуются высоким участием кредитов в создании товарных запасов, что увеличивает риск деятельности торговых организаций.

Еще одной особенностью торговли являются более быстрые темпы роста численности работающих по сравнению с другими отраслями. В настоящее время в отрасли трудится свыше 8 млн. человек. В этой связи возможно возникновение различных рисков, обусловленных притоком новых людей, отсутствием у них необходимого образовательного уровня и практического опыта работы. Нехватка высококвалифицированных специалистов, привлечение в быстро развивающуюся сферу торговли специалистов из других отраслей, не имеющих необходимых профессиональных качеств, обуславливает возможность возникновения дополнительных рисков торговой деятельности.

Особенностью торговли является значительный удельный вес материально ответственных лиц, которые несут личную ответственность за сохранность и использование материальных и денежных средств. Выручка от продажи товаров населению поступает в кассу торговой организации наличными деньгами, что требует неослабного контроля за сохранностью товарно-материальных ценностей, за соблюдением установленных цен. От обеспеченности полноты и своевременности аккумуляции денежной выручки, ее сохранности и эффективности использования во многом зависит финансовое состояние торгового предприятия, что, в свою очередь, влияет на риск торговой деятельности.

Своеобразием торговли является и структура затрат, где наибольший удельный вес занимают расходы на приобретение товаров (цена закупки товара), затем издержки обращения, финансовые издержки (проценты за кредит), внереализационные расходы и налоги. Оптимальное соотношение величин издержек обращения и основных показателей торговой деятельности (товарооборот, валовой доход, прибыль) влияет на финансовое состояние предприятий торговли, а, значит, на торговый риск.

Во многих организациях торговли преобладает сезонный характер работы. В этой связи многие риски в торговле, в отличие

от других отраслей, являются не постоянными, а периодически возникающими, что вносит специфику в их учет и разработку защитных мероприятий.

Торговля (особенно, розничная) характеризуется преобладающей долей индивидуальной работы с покупателями. Как следствие, характер возможных потерь от воздействия рисков торговой деятельности не ограничивается материальной и финансовой областями, как в других отраслях, а нередко проявляется в виде потерь организационных, психологических, социальных, причем не только у работников торговли, но и у их клиентов.

Еще одна специфическая черта формирования рисков в сфере торговли связана с необходимостью быстрого реагирования на реальный спрос покупателей. С целью снижения уровня рисков предприятия торговли должны осуществлять активную маркетинговую деятельность по выявлению реальной и потенциальной емкости рынка и потенциального спроса на конкретный товар, представляемый ими. Причем быстрая смена рисков в торговле приводит зачастую к неэффективности уже разработанных и внедренных дорогостоящих защитных мероприятий. В этой связи затраты на разработку мероприятий по предупреждению рисков в торговле должны быть сопоставимы с возможными сроками действия соответствующих рисков.

Следует отметить еще одну отличительную черту рисков в торговле. Значительную долю торговой отрасли составляют малые предприятия, около 46% от общего числа торговых предприятий. Малый бизнес формирует почти треть общего объема товарооборота. Несмотря на это малые предприятия и индивидуальные предприниматели имеют небольшие объемы оборота, финансовые и материальные ресурсы. Как следствие, любой, даже незначительный, риск может стать для такого торгового предприятия критическим или катастрофическим, т.е. привести к банкротству предприятия и его ликвидации. Следовательно, значение своевременного выявления и точного анализа возможных рисков для торговых организаций неизмеримо больше, чем в других отраслях.

Торговле традиционно присуща высокая степень инновационности внедряемых идей и технологий, что нередко приводит к возникновению принципиально новых рисков, не встречавшихся ранее. Данная специфическая черта рисков в сфере торговли

требует разработки обобщающих подходов к их выявлению и анализу, применению для известных из прошлого опыта рисков, и для впервые возникающих.

Все эти отличительные свойства функционирования торговли вместе с региональными особенностями (численность, состав, покупательная способность населения), разнородностью, сложностью структуры и разветвленностью торговой сети, а также сезонностью продажи многих товаров накладывают свой отпечаток на построение классификации рисков.

Предприятия торговли функционируют в мире неполной, порой искаженной информации, в постоянно меняющихся условиях, на которые предприятие не может адекватно реагировать. Поэтому в процессе своей деятельности торговые предприятия сталкиваются с совокупностью различных видов рисков. Эти риски отличаются между собой по месту и времени возникновения, совокупности внешних и внутренних факторов, влияющих на их уровень, по способу анализа, оценки и управления. Все виды рисков взаимосвязаны и оказывают определенное влияние на деятельность предприятия. Изменение одних видов риска вызывает изменение почти всех остальных видов.

Следует отметить, что многообразие рисков предприятий торговли не позволяет разработать единый механизм защиты от воздействия рисков любого типа. Такой механизм может разрабатываться только для определенной группы рисков. В этой связи многократно возрастает роль и значение создания обобщающей классификации рисков торговых организаций. При этом главная ее особенность должна заключаться не в количественном перечислении возможных рисков торговых организаций, а в обосновании качественных характеристик групп рисков торговой деятельности, в целях разработки для таких групп соответствующих механизмов защиты и регулирования.

Наличие и использование классификации позволит обеспечить единообразие в подходе к анализу и обоснованию рисков организаций торговли, оценке их управляемости и, как следствие, даст реальную возможность исследовать вопросы защиты или компенсации потерь от воздействия рисков торговой деятельности.

По нашему мнению, классификация рисков должна подбираться по следующим критериям:

- точное формулирование классификационного признака;
- иерархическая структура системы классификации рисков;
- возможность определения источников, факторов риска;
- полнота учета различных рисков и по возможности их независимость;
- пригодность для анализа и принятия управленческих решений.

Риски торговой деятельности различаются по регулярности возникновения и длительности действия, по месту и причинам возникновения, по характеру ожидания и объекту воздействия, по степени управляемости и масштабу последствия, по характеру возможных потерь, по степени возможной защиты от рисков.

По регулярности возникновения риски торговой деятельности можно подразделять на:

- постоянные, т.е. присущие торговой деятельности на протяжении всего периода ее осуществления, например, риски нереализации товаров, появления конкурентных товаров и др.;

- периодические, возникающие с систематической или нерегулярной периодичностью, например, риски нарушения договоров поставщиками; риски, связанные с сезонной продажей товаров и т.д.;

- единовременные, к таким видам чаще всего относятся риски, связанные с политической ситуацией и деятельностью государства, стихийными бедствиями.

Риски стихийных бедствий (форс-мажорных обстоятельств) возникают в результате совокупности условий случайного характера, которые торговая организация не могла ни предвидеть, ни предотвратить разумными мерами. К таким обстоятельствам относятся пожар, землетрясение, военные действия.

Стихийные бедствия, несчастные случаи и другие неопределенные события могут нарушить сбалансированность деятельности любого предприятия торговли. Ограничить влияние этих рисков на деятельность предприятий торговли, снизить возможный ущерб можно с помощью принятия мер противопожарной безопасности, техники безопасности, соблюдения правил санитарии и гигиены, и других мер предосторожности.

По длительности действия можно выделить риски предприятий торговли:

- долговременного действия, например, риск потери покупательского спроса, риск поглощения конкурентами и т.п.;

- кратковременного действия: риски, связанные с неисправностью, поломкой, износом техники, неэффективным использованием оборудования. Правильно подобранное оборудование (механизация и автоматизация) дает возможность рационально организовать торговый процесс, максимально использовать торговую площадь, повысить культуру обслуживания и производительность труда.

По месту возникновения различают риски, появляющиеся:

- внутри самой торговой организации. На наш взгляд, эти риски представляется возможным разделить на подгруппы рисков в зависимости от операции торгово-технологического процесса:

- риск транспортировки товаров;
- риск приемки товаров по количеству и качеству;
- риск хранения товаров;
- риск размещения и выкладки товаров;
- риск продажи товаров.

- в сфере деятельности торговой организации, например, риски, обусловленные действием поставщиков, конкурентов, покупателей, партнеров.

Основными принципами деятельности торговой организации, как организации коммерческой, является принцип получения прибыли при меньших затратах и принцип минимизации всех видов риска. При осуществлении операций по купле-продаже товаров и услуг, предприятие торговли ежедневно рискует капиталом. Поэтому с целью минимизации риска оно должно диверсифицировать портфель своих поставщиков и покупателей, проверять платежеспособность покупателей и поставщиков, осуществлять выбор оптимальной сделки, проводить мониторинги выполнения обязательств по сделке, заниматься выявлением возможных конкурентов и покупателей, исследовать конъюнктуру рынка. Предприятию торговли необходимо заниматься маркетингом и менеджментом, особое внимание уделять вопросам анализа, оценки и управления рисками, вырабатывать оптимальную стратегию деятельности в условиях риска, осуществлять все возможные меры и способы снижения риска;

- вне сферы деятельности торговой организации, например, риски, связанные с изменением цен на сырье, энергоносители, возникновением дефицита трудовых ресурсов и др.



По причинам возникновения можно различать риски организаций торговли, обусловленные:

– объективными причинами, т.е. независящими от торговой организации и воздействовать на которые она не в силах, например, риски, связанные с финансовыми кризисами, структурными изменениями в экономике и т.д.;

– субъективными причинами, непосредственно связанными с деятельностью торговой организации, т.е. неправильными или некавалифицированными действиями работников, например, ошибки в планировании, организации труда, проведение некавалифицированного маркетинга и т.д.;

– объективно-субъективными причинами; данный термин весьма условен и характеризует риски, возникающие вне прямой сферы деятельности торговой организации, например, у ее партнеров при их банкротстве, репрофилировании, что косвенно касается и торговой организации. Сама организация, как правило, не может воздействовать на такие риски и в этом смысле они для нее объективные. С другой стороны, возникновение таких рисков нередко провоцируется некавалифицированной или неправильной деятельностью руководителей самого торгового предприятия.

По характеру ожидания или вероятности появления риски торговой деятельности можно подразделить на:

– очевидные, возникновение которых можно ожидать с высокой степенью вероятности, например, риски продажи товара-новишки без квалифицированной предварительной рекламы и оценки его потенциальной эффективности, риски востребованности вышедших из моды товаров и т.д.;

– маловероятные, т.е. возникновение которых возможно, но мало реально, например, риск пожара, риск несрабатывания охранных систем при проникновении посторонних в торговую организацию и т.п.;

– непредсказуемые, возникающие достаточно редко, и предвидеть которые торговая организация практически не могла, например, объявление дефолта государством, национализация, неблагоприятное изменение налогового законодательства, запрет на импорт и т.д.

По объектам воздействия риски можно разделить на:

– воздействующие на все стадии торговой деятельности (закупку товаров, организацию товароснабжения, организацию продажи), например, резкое повышение инфляции, увеличение налогов типа НДС, на прибыль и т.д.;

– влияющие на несколько стадий торговой деятельности, например, закрытие отдельных рынков продажи товаров повлияет не только на уровень продажи торговой организации, но соответственно приведет к снижению уровня закупки товаров;

– влияющие на отдельные стадии торговой деятельности. Например, поломка собственного транспорта, при помощи которого осуществляется закупка товаров, может привести к сбоям в организации товароснабжения, однако наличие определенных резервных запасов товаров не приведет к срыву работы по организации продажи.

По степени управляемости риски торговых организаций можно классифицировать на:

– управляемые, например, риски, связанные с низкой квалификацией торговых работников, нарушениями трудовой и технологической дисциплины и т.д.;

– неуправляемые, например, риски, обусловленные стихийными бедствиями.

По характеру возможных потерь:

– риски, приводящие к материальным потерям, связанные с выявлением брака, порчей продуктов, кражей, недостачей товаров и т.д.;

– риски, приводящие к организационным потерям, обусловленным неправильной организацией труда, торговли, управления, влияющие, например, на неэффективное использование рабочего времени, нерациональное расходование средств на заработную плату;

– риски, приводящие к психологическим потерям. К таким потерям можно отнести ухудшение морального климата в коллективе при неудачной деятельности торговой организации; отсутствие уверенности в собственных силах у руководителей и работников предприятия торговли, ухудшение мотивации их труда при наступлении, например, финансовых неудач, криминальном воздействии и т.п.;

– риски, приводящие к социальным потерям, т.е. потере престижа торговой организации на рынке, падению рейтинга, изменению отношения со стороны партнеров

вследствие различных неправомерных действий руководителей организации и т.д.;

– риски, приводящие к финансовым потерям, связанные с прямым денежным ущербом, вызванным непредусмотренными платежами, выплатой штрафов, уплатой дополнительных налогов. Эти риски также связаны с недополучением или неполучением денег из предусмотренных источников, невозвратом долгов, неоплатой покупателями товаров, уменьшением выручки вследствие снижения цен на реализуемые товары и услуги, инфляцией, изменением валютного курса рубля, отсрочкой выплаты долгов и т.п.

Следует отметить, что потери во всех перечисленных выше сферах (материальной, организационной, психологической, социальной) в конечном итоге, с той или иной долей точности, можно выразить через финансовые убытки. Таким образом, потери в финансовой сфере от наступления рисков деятельности организаций торговли можно рассматривать как наиболее универсальные. Тогда определение риска торговой организации можно представить в следующем виде:

риск торговой организации – это вероятностное событие, при наступлении которого происходят изменения (структурные, организационные и т.д.) в процессе торговой деятельности, приводящие к прямым или косвенным финансовым потерям или финансовому выигрышу.

Как уже отмечалось, любое последствие от воздействия риска торговой деятельности можно в конечном итоге, с определенной долей условности, выразить в финансовых потерях. Поэтому по масштабу последствий торговые риски можно разделить на:

– приводящие к необратимым потерям, например, из-за неправильной финансовой политики или незаконной деятельности торговая организация может быть объявлена банкротом, лишена лицензии и т.д., после чего возобновить ее деятельность становится практически невозможно. Эти риски характеризуются угрозой потерь в размере, равном или превышающем величину собственных основных и оборотных средств организации;

– приводящие к серьезным финансовым потерям, например, при наступлении такого риска как крах банка, где хранилась значительная часть финансовых средств торговой организации, деятельности ее может быть нанесен ущерб и восстановление фун-

кционирования возможно лишь при значительных усилиях;

– приводящие к незначительным финансовым потерям, например, при наступлении риска порчи некоторого количества товара и т.п. При этом необходимо учитывать, что незначительные финансовые потери для одной торговой организации могут оказаться очень крупными или даже критическими для другой, обладающей меньшими финансовыми возможностями. Некоторые экономисты [27, 83] к данным рискам относят такие риски, в пределах которых торговая деятельность сохраняет свою экономическую целесообразность, а их превышение ведет к реальной угрозе полной потери прибыли от торговли.

По степени возможной защиты можно выделить риски предприятий торговли:

– от которых возможна полная защита, т.е. при определенных действиях со стороны торговой организации их можно избежать или полностью компенсировать потери от их воздействия. Например, риск утечки коммерческой информации можно предотвратить, ограничив круг владеющих этой информацией, вводя соответствующие охраняемые системы на предприятии, компьютерные пароли и т.д. Для компенсации риска потерь от недостачи может быть введена материальная ответственность торговых работников; естественно, такая компенсация может устанавливаться до определенных размеров и в случае явной вины продавцов. Чтобы избежать этого риска, необходимо регулярно проводить аудиторские проверки;

– от которых возможна частичная защита или воздействие которых может быть смягчено, т.е. по аналогии с предыдущим видом риска при определенных действиях организации отрицательное воздействие риска может быть уменьшено или частично компенсированы потери от его проявления.

Например, для того чтобы уменьшить риск при хранении товаров, необходимо соблюдать все условия хранения товаров в соответствии с их физико-химическими свойствами, соблюдать оптимальное размещение товаров в местах хранения с учетом времени их поступления, очередности продажи, уровня спроса. Снижение риска при хранении, когда имеют место потеря качества, потребительской ценности товара, приводящие к снижению его стоимости, достигается частым поступлением товаров небольшими партиями;

– от которых практически невозможно защититься, т.е. такие риски, которые могут произойти и нанести ущерб независимо от любых действий торговой организации. К ним можно отнести природные риски (землетрясения, цунами, извержения вулканов), политические риски (смена режима, курса правительства), экономические (неблагоприятные изменения налогового законодательства, наложение эмбарго).

Напрямую защититься от таких рисков невозможно, но возможно организовать косвенную защиту от потенциальных потерь, например, через различные виды страхования и т.д.

По форме организации защиты от воздействия риска различают риски предприятий торговли, воздействие которых или последствия от воздействия которых можно предотвратить:

– принятием защитных мер и силами самой торговой организации. Например, создание резервов товаров, запасных частей может рассматриваться как организация защиты от недопоставки или несвоевременной поставки товаров, поломки транспорта, перевозящего товары и т.д.;

– использованием средств социальной государственной защиты, т.е. гарантий установленных государством и обеспечивающих материальное возмещение (помощь при наступлении некоторых рисков). Например, риски потери трудоспособности работников торговли в результате травматизма, потери здоровья, смерти в результате несчастных

случаев на производстве компенсируется в форме выплат по государственному социальному страхованию или за счет пенсионного обеспечения работников;

– использованием страховой защиты, т.е. страхованием от воздействия практически любых предпринимательских рисков в коммерческих или государственных страховых компаниях.

Предприятия торговли подвержены транспортным рискам. Это риски, связанные с перевозкой грузов железнодорожным, автомобильным, морским и др. транспортом. При транспортировке товаров характерно наличие риска уничтожения, повреждения или недополучения товара, риска аварии транспорта. Транспортные риски относятся к страхуемым рискам.

Страхуемый вид риска характерен, как правило, для таких ситуаций, когда существует статистическая закономерность их возникновения, т.е. вероятность убытка можно определить.

Представленную систему рисков организаций торговли не следует рассматривать как единственно возможную и исчерпывающую полную. Однако, на наш взгляд, она имеет большое прикладное значение и может быть использована для анализа и оценки рисков в деятельности организаций в условиях неопределенности, а также в системе комплексных мероприятий по регулированию рисков в торговой деятельности.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Боровкова В.А. Управление рисками в торговле. – СПб.: Питер, 2004. – 288 с.
2. Валдайцев С. Риски в экономике и методы их страхования. – СПб., 2002. – 54 с.
3. Лапуста М., Шаршукова Л. Риски в предпринимательской деятельности. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 224 с.
4. Осипов Ю. Классификация рисков. – Риск. – 1996. – № 6 – 7. – С. 18 – 24.

УДК 339.13.017

## ЭТАПЫ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА РИСКА ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

© 2008 Л.П. Чижова\*

*Предлагается методика анализа риска торговой деятельности, включающая ряд последовательных взаимосвязанных этапов.*

**Н**еобходимость исследования такой категории, как риск торговой деятельности, вытекает из проблем, переживаемых Россией в настоящее время и связанных с экономическими, политическими и социальными преобразованиями. Обособление регионов и новых государств, и, как следствие, разрыв традиционных экономических связей, несовершенство законодательной базы, банковской и налоговой систем, инфляция, межнациональные конфликты и другие негативные явления, объективно создают трудности в осуществлении различных видов торговой деятельности и порождают высокий уровень риска.

Методика анализа и оценки риска предполагает комплексный подход к его изучению. При таком подходе, первоначально, в качестве исходной базы проводится качественная оценка риска, которая предполагает определение профиля возможных рисков, а также факторов, влияющих на его уровень при проведении торгово-закупочных операций. Затем разрабатывается алгоритм количественной оценки риска, основанный на изучении статистики потерь, имевших место в деятельности торговой организации. Каждая из данных составляющих частей методики имеет самостоятельное практическое значение, но они тесно взаимосвязаны и должны рассматриваться последовательно с целью получения полной картины воздействия риска на торговую деятельность.

Основная задача анализа риска заключается в установлении последовательности

выполнения отдельных этапов, позволяющих дать обоснование воздействию факторов, установить уровень потерь в результате возникновения рисков ситуаций по различным причинам, вероятность их проявления и сравнить с предельными значениями риска.

Предлагаемая методика анализа риска торговой деятельности включает ряд последовательных взаимосвязанных этапов.

Первый этап – это качественная оценка возможных рисков. Главная задача качественной оценки состоит в выявлении факторов, увеличивающих или уменьшающих конкретный вид риска при осуществлении торгово-закупочных операций.

Все возможные факторы риска делятся на две большие группы. Это внешние факторы, которые напрямую не зависят от деятельности предпринимателя и его фирмы и внутренние, связанные с деятельностью предпринимателя, коллектива его фирмы.

Внешние факторы включают в себя объективные экономические, социальные и политические условия внешней среды, в рамках которых торгово-посредническая фирма осуществляет свою деятельность и к изменению которых она вынуждена приспосабливаться.

Неопределенность ситуации предопределяется тем, что она зависит от множества перемещенных контрагентов и лиц, поведение которых не всегда можно предсказать с приемлемой точностью. Чем неопределеннее внешнее окружение, тем сложнее проанализировать

---

*Ч и ж о в а Людмила Павловна – кандидат экономических наук, Российский университет кооперации.*

зирать факторы риска и тем труднее предложить возможные способы решения конкретной проблемы.

Внешние факторы, на наш взгляд, необходимо подразделить на факторы прямого и косвенного воздействия.

К факторам прямого воздействия необходимо отнести:

- несовершенство и противоречивость законов и нормативных документов, регулирующих торговую деятельность;
- непредвиденные действия органов и учреждений государственного регулирования;
- нестабильность экономической системы (в том числе финансовой, налоговой, таможенной, внешнеэкономической и т.д.);
- конкуренция;
- непредвиденные изменения конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка;
- неожиданные изменения во взаимодействиях с поставщиками и потребителями;
- действие «теневой» экономики (в том числе коррупция и рэкет).

К факторам косвенного воздействия следует отнести:

- нестабильность политической среды;
- неожиданные перемены в отрасли предпринимательской деятельности;
- непредвиденные изменения международных событий (перевороты, войны и т.д.);
- неожиданные действия непреодолимой силы (стихийные бедствия и катаклизмы);
- революционные скачки научно-технического прогресса.

Безусловно, невозможно, да и нет необходимости, детально учитывать все имеющиеся внешние факторы. На наш взгляд, следует анализировать и изучать только те, которые наиболее активно воздействуют на уровень риска в деятельности торговых организаций.

Большое значение, с нашей точки зрения, имеют внутренние факторы риска, которые непосредственно связаны с деятельностью торговой организации. Внутренние факторы имеют под собой объективную и субъективную основы, так как именно руководитель оценивает ситуацию риска, формирует множество вариантов решения конкретных проблем. Кроме того, восприятие риска напрямую зависит от каждого конкретного человека с его характером, складом ума, психологическими способностями, полученными знаниями и опытом торговой деятельности.

Таким образом, факторы внутреннего воздействия, по нашему мнению, следует разделить на объективные и субъективные.

К объективным факторам необходимо отнести:

- непредвиденные изменения в процессе организации торговой деятельности;
- внедрение новых способов организации труда;
- организация процессов закупки и реализации товаров;
- непредвиденные изменения внутрифирменных отношений;
- недостаток бизнес-информации в организации;
- отсутствие службы маркетинга;
- финансовые проблемы внутри торговой организации.

К факторам, имеющим субъективный характер, следует отнести:

- невысокая квалификация специалистов и управленческого персонала;
- некомпетентная работа управленческих и экономических служб;
- отсутствие у персонала способностей к риску;
- ошибки в принятии и реализации рискованных решений;
- смерть, болезнь ключевых сотрудников.

Очевидно, что на ситуацию риска в торговой деятельности будут влиять как внешние, так и внутренние факторы, но степень их влияния будет различна.

Выявление и классификация факторов риска относится к числу наиболее важных задач качественного анализа и позволяет уже на первом этапе определить и идентифицировать профиль риска и конкретные его виды в деятельности торговых организаций. Эти факторы не несут в себе конкретного расчетного предназначения, но служат исходной базой для количественной оценки риска, «оживляют» и детализируют математические выводы, получаемые на втором этапе анализа.

Второй этап представляет собой количественную оценку риска. Он предполагает оценку конкретного вида риска и установление его максимально допустимого уровня.

Центральное место в оценке риска занимают анализ и прогнозирование величины возможных потерь при осуществлении торговой деятельности. Этот подход является ключевым в теории риска.

При определении потерь от риска необходимо разграничить понятия «расходы», «убытки» и «потери».

Торгово-посредническая деятельность невозможна без расходов. Расходы в торговом предпринимательстве связаны, прежде всего, с закупкой товаров и их реализацией; платой за кредитные ресурсы банков и других финансово-кредитных учреждений; с оплатой труда сотрудников фирмы, а также складского и торгового персонала. К расходам можно отнести транспортные, складские издержки, затраты, связанные с арендой. Одним словом, это затраты, запланированные организацией и предусмотренные программой торговой деятельности.

Убытки проявляются в форме недополучения доходов и дополнительных расходов, сверх намеченных. Они имеют место при недостаточном анализе предстоящих операций, просчетах, неблагоприятном стечении обстоятельств или же непредсказуемости ситуации. Риск подобных убытков, связанных с нерациональным размещением средств, неточной оценкой рыночных возможностей и опасностей, может обернуться для торгово-посреднической фирмы серьезными неприятностями.

Под потерями, приводящими к риску, следует понимать не расход ресурсов, объективно обусловленный характером и масштабом торговой деятельности, а случайные, непредвиденные, но потенциально возможные потери, возникающие вследствие отклонения реального хода торговой деятельности от запланированной.

Следовательно, потери – это непредвиденное снижение прибыли или дохода в сравнении с ожидаемыми величинами. Эти потери не поддаются непосредственному прогнозированию и поэтому не могут быть учтены в торговой организации. Если же потери можно предвидеть заранее, то они должны рассматриваться как необходимые расходы и включаться в расчетную калькуляцию затрат торговой деятельности.

Итак, понятия риск и потери теснейшим образом связаны между собой.

Все это характеризует риск не только с качественной стороны, но дает возможность оценить его в количественном выражении – в виде абсолютного и относительного уровня потерь.

Практика деятельности торговых организаций выработала методы точной оценки

потерь. Так, абсолютный уровень возможных потерь может определяться в физическом и денежном отношении, если в фирме существует система организации учетной информации по потерям.

С нашей точки зрения, чтобы оценить величину потерь в абсолютном выражении, необходимо, прежде всего, установить виды потерь, связанных с торговлей и которые имели место в прошлой деятельности.

В торговой деятельности, как и в других сферах предпринимательства, следует разделять следующие потери: материальные, финансовые, трудовые, времени и специальные виды.

Материальные потери возникают в торгово-посреднических фирмах в основном при транспортировке и хранении, т.е. в процессе обращения. Это прямые потери товаров из-за порчи, хищения, убыли сверх естественной. Сюда же можно отнести потери качества, потребительской ценности товара в результате нарушения условий хранения, технологии и складской обработки.

К материальным потерям также следует отнести и дополнительные затраты на приобретение оборудования, складских площадей и другого имущества, рассчитанные заранее на возможный прирост объема продаж, который по различным обстоятельствам так и не произошел, а также вывод из эксплуатации основных фондов из-за сокращения объемов закупок и продаж.

Наиболее представительным видом потерь являются финансовые потери, отражающие прямой денежный ущерб и связанные с необходимостью осуществления непредусмотренных платежей, выплатой штрафов, дополнительных налогов, утратой денежных средств и т.д.

Все виды финансовых потерь, которые могут проявиться в деятельности торговых организаций, можно представить в виде:

- снижения объемов закупок товаров по сравнению с намеченным;
- недополучения запланированной выручки из-за снижения намеченных объемов продаж;
- потерь, связанных со снижением цен на реализуемые товары;
- увеличения издержек обращения по сравнению с запланированными.

Возникновение финансовых потерь могут вызвать следующие причины:

- снижение объемов закупок может быть связано с отсутствием на рынке достаточного количества необходимых товаров, а также вследствие повышения закупочной цены товара в процессе осуществления сделки;

- снижение объемов реализации может произойти за счет снижения производительности труда сотрудников фирмы, потерь рабочего времени и т.д.;

- снижение цены на реализуемые объемы может быть обусловлено недостаточным качеством товаров, неблагоприятным изменением рыночной конъюнктуры, падением спроса, ценовой инфляцией и многочисленными другими причинами;

- увеличение издержек обращения может произойти за счет непредвиденного роста транспортных, складских расходов, торговых издержек;

- уплата повышенных налогов и штрафов может быть вызвана нерадивостью бухгалтерского персонала, уплаченными не в срок налогами, аудиторскими и инспекторскими проверками, осуществляемыми органами государственного контроля и надзора.

Необходимо отметить, что анализу и оценке материальных и финансовых потерь следует уделять особое внимание, так как они являются наиболее значимыми при вычислении суммарных потерь торговой деятельности.

Следующая группа потерь, которые могут иметь место в деятельности торговой организации – это трудовые потери. Последние представляют собой потери рабочего времени, вызванные случайными, непредвиденными обстоятельствами. Они выражаются в человеко-часах или человеко-днях рабочего времени.

Потери рабочего времени имеют место и в тех случаях, когда процесс торговой деятельности идет медленнее, чем было запланировано. Прямая оценка таких потерь осуществляется в часах, днях, неделях задерж-

ки получения намеченного результата. Для оценки их величины в стоимостном выражении необходимо установить, к каким потерям дохода и прибыли от торговой деятельности способны привести случайные потери времени.

Методы оценки потерь при возникновении риска в торговой деятельности имеют количественное измерение, если в организации налажен соответствующий оперативный и бухгалтерский учет. Однако в практике работы торгово-посреднических предприятий могут возникнуть и такие потери, которые очень трудно спрогнозировать и тем более оценить.

Если говорить о строго научной оценке уровня риска, то следовало бы устанавливать соответствующую частоту и вероятность абсолютного значения величины всех возможных потерь в каждом конкретном случае при совершении сделок купли-продажи.

Практически можно использовать упрощенные подходы, основанные на оценке уровня риска по укрупненным группам (видам) возможных потерь. Частота возникновения конкретного вида потерь определяется по следующей формуле:

$$Ч = c_{ii} / c$$

где  $Ч_{ii}$  - частота возникновения конкретного уровня потерь;

$c_{ii}$  - число случаев наступления конкретного уровня потерь;

$c$  - общее число случаев сделок в статистической выборке.

Особо следует отметить, что, определяя частоту возникновения конкретного уровня потерь, необходимо включать в общее число случаев и те торгово-закупочные операции, в которых потерь не было, а был абсолютный выигрыш. При несоблюдении данного правила значение частоты возникновения конкретного уровня потерь окажется необоснованно завышенным.

УДК 657 + 339.9

## МЕТОДОЛОГИЯ АУДИТА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© 2008 И.Д. Демина\*

*В статье рассматриваются вопросы организации проведения аудита внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов, проанализированы приемы и методы проведения аудита, приведены тесты для оценки системы внутреннего контроля, а также программа аудиторской проверки.*

**Л**иберизация внешнеэкономической деятельности имеет как позитивные, так и негативные последствия. В первую очередь это связано с подверженностью хозяйствующих субъектов, осуществляющих экспортно-импортные операции, рискам: коммерческому, финансовому, валютному, риску неэффективности сделки, а также риску искажения данных бухгалтерского учета, поскольку эти операции имеют ряд специфических особенностей, касающихся характера ее проведения.

Организация внешней аудиторской проверки хозяйствующих субъектов, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, имеет существенные особенности, связанные с планированием и проведением процедур по существу, но вместе с тем основана на Федеральных Правилах (стандартах) аудиторской деятельности. Аудиторские организации, проводящие проверку хозяйствующих субъектов, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, могут использовать представленную в исследовании методику при разработке внутрифирменных стандартов, устанавливающих обязательные к использованию общие и специфические принципы и подходы к аудиторской проверке.

Подход, представленный в данном исследовании в виде методики проведения аудита внешнеэкономической деятельности,

предусматривает оценку внутреннего риска, сильных и слабых сторон контрольной среды, составление рабочих документов аудитора при аудиторской проверке.

Методика аудита внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов содержит рекомендации по выбору методов и приемов проверки, представленных как пояснения к процедурам. По нашему мнению, целесообразно использовать следующие методы и приемы аудита:

**1. Наблюдение.** Предполагает непосредственное ознакомление с работой подразделений и структур хозяйствующего субъекта, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

**2. Инвентаризация.** Позволяет получить точную информацию о наличии имущества и ориентировочную информацию о состоянии и стоимости имущества хозяйствующего субъекта. Инвентаризации подлежат имущество, в том числе товары в пути и на складах стран СНГ и таможенных складах, а также финансовые обязательства хозяйствующего субъекта. Рекомендуется проводить проверку в направлении сверки учетных данных с фактическим наличием товарно-материальных ценностей.

**3. Подтверждение.** Для получения информации о реальности остатков на счетах учета денежных средств хозяйствующего

---

*Демина Ирина Дмитриевна – кандидат экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учета Российского университета кооперации.*



субъекта, счетов расчетов, счетов дебиторской и кредиторской задолженности, аудиторская организация должна получить подтверждение в письменной форме от третьей стороны (импортера, экспортера, банка). Этот метод также используется при аудиторской проверке хозяйствующих субъектов, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

**4. Запросы.** В ходе проведения аудита хозяйствующего субъекта, осуществляющего внешнеэкономическую деятельность, аудитор проводит необходимые запросы: о рассматриваемых в судах делах; пояснения и заявления клиента на сложные и противоречивые вопросы, выявленные в ходе проверки (письменные ответы налоговых органов); экспертам, проводившим проверку отдельных объектов и вопросов.

**5. Документальная проверка.** Включает следующие составляющие:

А) *Формальная проверка* документов заключается в том, что аудитор должен убедиться в реальности определенного документа. Для этого рекомендуется выбрать определенные записи в бухгалтерском учете и проследить отражение операций вплоть до первичного документа. Следует убедиться в правильном заполнении реквизитов, отсутствии не оговоренных исправлений, подчисток, в подлинности подписей.

Б) *Арифметическая проверка* расчетов (пересчет), заключающаяся в проверке точности бухгалтерских записей и источников документов, осуществляется выборочно.

В) *Проверка по существу* (законопослушности, целесообразности, котировки документов).

**6. Встречная проверка.** Примененные в аудите ограничено, однако может быть использована между подразделениями, между головной и дочерними или зависимыми организациями.

**7. Аналитические процедуры.** Это анализ и оценка полученной аудитором информации, исследование важнейших финансовых и экономических показателей с целью выявления неверно отраженных фактов хозяйственной деятельности. Типичные виды аналитических процедур:

- сопоставление остатков по счетам за различные периоды;
- сопоставление показателей бухгалтерской отчетности со сметными показателями;
- оценка соотношений между различными статьями отчетности и сопоставление их с данными предыдущих периодов;

- сопоставление достигнутых финансовых показателей с отраслевыми.

**8. Прослеживание.** Процедура, в ходе которой аудитор проверяет некоторые первичные документы, отражение данных первичных документов в регистрах синтетического и аналитического учета, находит заключительную корреспонденцию счетов и убеждается в том, что соответствующие хозяйственные операции правильно (или неправильно) отражены в бухгалтерском учете. Рекомендуется выявить нетиповые корреспонденции счетов.

**9. Подготовка альтернативного баланса.** Можно составить баланс израсходованного сырья и материалов по нормам на единицу продукции и фактического выхода продукции, что позволяет выявить отклонения от нормативного расхода сырья и тем самым убедиться в достоверности исчисления финансового результата.

**10. Устный опрос персонала и третьей стороны.** Для проведения типовых опросов можно готовить бланки с перечнем вопросов. Результаты опросов конспектируются с указанием фамилии опрошенных лиц. В качестве источников информации используются данные аналитического и синтетического учета, отчетность, внешнеторговые контракты, счета-фактуры, товарно-сопроводительные и другие документы.

В ходе проверки аудитор обязан разобраться в системе внутреннего контроля хозяйствующего субъекта, осуществляющего внешнеэкономическую деятельность, оценить ее надежность и принять решение, можно ли полагаться на эту систему в своей работе. Для этого аудитор использует свой опыт, опросы персонала, инструкции и положения по методикам и процедурам работы бухгалтерии и функциональных подразделений, документы и записи, исследование хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта.

По мнению автора, с учетом выявленных недостатков системы внутреннего контроля, в представленной методике рекомендовано использовать соответствующие методические приемы (аналитические процедуры, пересчет, сверку расчетов, подтверждение и др.) и надлежащим образом документировать полученную информацию.

В ходе аудиторской проверки аудитор обязан разобраться в системе бухгалтерского учета, которая применяется в хозяйствующем субъекте, осуществляющем внешнеэко-

номическую деятельность, и при этом изучить и оценить те средства контроля, на основе которых он собирается определять суть, масштаб и временные затраты предполагаемых аудиторских процедур.

По мнению автора, изучение, анализ и оценка деятельности хозяйствующего субъекта, осуществляющего внешнеэкономическую деятельность, должны быть направлены:

а) на учетную политику и основные принципы ведения бухгалтерского учета;

б) на организационную структуру подразделения, ответственного за ведение бухгалтерского учета и подготовку бухгалтерской отчетности;

в) на распределение обязанностей и полномочий между работниками, принимающими участие в ведении учета и подготовки отчетности;

г) на организацию подготовки, оборота и хранения документов, отражающих хозяйственные операции;

д) на порядок отражения хозяйственных операций в регистрах бухгалтерского учета, формы и методы обобщения данных таких регистров;

е) на порядок подготовки финансовой (бухгалтерской) отчетности на основе данных бухгалтерского учета;

ж) на применение средств вычислительной техники в ведении учета и подготовки отчетности;

з) на критические области учета, где риск возникновения ошибок или искажений бухгалтерской отчетности особенно высок;

и) на средства контроля, предусмотренные в отдельных областях системы учета.

Исследование специфики бухгалтерского учета и внутреннего контроля в хозяйствующих субъектах, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, позволило определить следующие задачи внутрифирменного аудиторского стандарта:

а) описание системы внутреннего контроля и ее составляющих;

б) обоснование основных требований, предъявляемых к изучению и оценке аудитором системы бухгалтерского учета хозяйствующего субъекта в ходе аудиторской проверки;

в) обоснование основных требований, предъявляемых к изучению и оценке надежности системы внутреннего контроля;

г) описание особенностей изучения и оценки систем бухгалтерского учета и внут-

реннего контроля в хозяйствующих субъектах, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

Планирование объема аудиторских процедур обязательно предполагает изучение системы бухгалтерского учета, исследование и оценку тех средств контроля, на основе которых аудитор собирается определить суть, масштаб и временные затраты предполагаемых аудиторских процедур.

По мнению автора, необходимость оценки системы внутреннего контроля хозяйствующего субъекта, осуществляющего внешнеэкономическую деятельность, обуславливается взаимосвязью результатов проверки и затратами времени на проведение аудиторских процедур. В том случае, если аудитор убеждается, что он может опереться на соответствующие средства контроля, то может проводить аудиторские процедуры менее детально, внести изменения в суть применяемых аудиторских процедур и в предполагаемые затраты времени на их осуществление.

Изучение и оценка особенностей системы бухгалтерского учета и внутреннего контроля должны в ходе проверки обязательно документироваться аудиторами. В ходе исследования нами разработаны рабочие документы аудитора, тесты, шаблоны вопросников, помогающих организовать и обеспечить высокий уровень качества аудиторской проверки внешнеэкономической деятельности. Серьезные недостатки системы бухгалтерского учета и системы внутреннего контроля, отмеченные в ходе аудиторской проверки, а также рекомендации по их устранению следует отражать в письменной информации по результатам проведенного аудита руководству проверяемого хозяйствующего субъекта.

Аудитор в ходе аудиторской проверки обязан проверить соответствие организации системы бухгалтерского учета проверяемого хозяйствующего субъекта действующим нормативным документам и локальным актам организации и отразить в своей рабочей документации случаи отмеченных нарушений.

В ходе исследования выявлено, что для признания системы бухгалтерского учета хозяйствующего субъекта эффективной, аудитор должен проверить, выполняются ли следующие требования при фиксации хозяйственных операций:

а) ведение бухгалтерского учета осуществляется в соответствии с законодательными

и нормативными актами и принятой учетной политикой хозяйствующего субъекта, которая в свою очередь соответствует этим актам;

б) соблюдается принцип временной определенности фактов хозяйственной деятельности, т.е. хозяйственные операции отражаются в учете в том отчетном периоде, в котором они имели место;

в) операции в бухгалтерском учете зафиксированы в правильных суммах;

г) при отражении в бухгалтерском учете хозяйственных операций зафиксированы их существенные детали;

д) у хозяйствующего субъекта организована и функционирует система внутреннего контроля, которая направлена на предотвращение появления ошибок и злоупотреблений.

Изучение системы бухгалтерского учета должно проводиться различными методами. Как показало исследование, в первую очередь аудитор должен ознакомиться с внутренними документами хозяйствующего субъекта, касающимися организации, постановки и ведения бухгалтерского учета. Однако для получения полной и объективной картины аудитор не должен ограничиваться только изучением документов, не менее важны и устные опросы персонала. В ходе изучения системы бухгалтерского учета аудитор должен убедиться, что реально существующая система соответствует той, что описана во внутренних документах хозяйствующего субъекта или дана в словесных описаниях персонала соответствующих подразделений.

По мнению автора, руководство хозяйствующего субъекта несет ответственность за разработку и функционирование системы внутреннего контроля. От него зависит, чтобы система внутреннего контроля отвечала размерам и специфике деятельности хозяйствующего субъекта, функционировала постоянно и эффективно. В хозяйствующем субъекте, в соответствии с его учредительными документами или правилами внутреннего распорядка, может быть назначен ревизор, создана ревизионная комиссия или организован отдел внутреннего контроля или аудита, которым может быть передана часть функций системы внутреннего контроля.

Автором в ходе исследования проведена оценка рисков и системы внутреннего контроля, неотъемлемого риска на уровне бухгалтерской отчетности в ЗАО «Феникс» (табл. 1).

В ходе исследования выяснено, что при аудиторской проверке аудитор должен оценить эффективность организационной структуры хозяйствующего субъекта, разделение ответственности и полномочий сотрудников. Она должна препятствовать отдельным лицам нарушать требования внутреннего контроля и обеспечивать разделение несовместимых функций.

По мнению автора, аудитор обязан принимать во внимание, что система внутреннего контроля может лишь с определенной степенью вероятности подтвердить, что цели, ради которых она была создана, достигнуты. Причиной этого являются следующие неизбежные ограничения системы внутреннего контроля:

а) требование руководства хозяйствующего субъекта на то, чтобы затраты на осуществление контрольных мероприятий были значительно меньше экономических выгод, которые даст применение таких мероприятий;

б) тот факт, что большинство средств контроля имеет своей целью выявление нежелательных хозяйственных операций, а не тех, которые являются необычными;

в) свойство человека делать ошибки по небрежности, из-за рассеянности, неверных суждений или непонимания нормативных и инструктивных материалов;

г) умышленное нарушение системы внутреннего контроля в результате сговора сотрудников хозяйствующего субъекта, как с другими сотрудниками, так и с третьими лицами;

д) нарушение системы внутреннего контроля вследствие злоупотреблений со стороны руководства, ответственных за функционирование этой системы;

е) распространенная практика существенного изменения условий ведения хозяйственной деятельности или правил учета, в результате чего принятые контрольные процедуры могут перестать выполнять свои функции.

В ходе оценки системы внутреннего контроля хозяйствующего субъекта аудитор должен убедиться, что они достигают следующих целей:

а) хозяйственные операции выполняются с одобрения руководства, как в целом, так и в конкретных случаях;

б) все операции фиксируются в бухгалтерском учете в правильных суммах, на надлежащих счетах бухгалтерского учета, в правильном периоде времени, в соответствии

Таблица 1 – Оценка рисков и системы внутреннего контроля ЗАО «Феникс»

<b>Риски, способные повлиять на деятельность хозяйствующего субъекта</b>	
<b>Показатель</b>	<b>Ответ</b>
1. Наличие конкуренции между хозяйствующими субъектами, производящими аналогичную продукцию на экспорт	Да
2. Быстрые изменения в технологии производства продукции на экспорт	Да
3. Деприватизация	Нет
4. Существенные изменения в законодательстве в области государственного регулирования внешнеэкономической деятельности, бухгалтерского учета	Да
5. Политическая нестабильность в стране	Нет
6. Недостаточный опыт и знания руководства хозяйствующего субъекта	Нет
7. Изменение состава руководства хозяйствующего субъекта	Да
8. Смена главного бухгалтера, финансового директора	Нет
9. Теснота кадров	Да
10. Большая доля операций с аффилированными лицами	Нет
11. Заинтересованность руководства в финансовых показателях	Да
Оценка риска в процентах (процент ответов «ДА»).	44 %
<b>Риск средств контроля</b>	
<b>Общие показатели</b>	<b>Ответ</b>
1. Соответствие системы бухгалтерского учета характеру и масштабам деятельности хозяйствующего субъекта (способ ведения, форма ведения бухгалтерского учета, состав и структура бухгалтерии)	Да
2. Наличие учетной и налоговой политики	Да
3. Наличие графика документооборота:	Да
4. Наличие утвержденной технологии обработки учетной информации	Да
5. Наличие должностных инструкций сотрудников бухгалтерии	Да
6. Наличие утвержденных форм первичной учетной документации	Да
7. Наличие утвержденного порядка проведения инвентаризации	Да
8. Наличие утвержденного порядка контроля за хозяйственными операциями	Нет
9. Наличие утвержденного рабочего плана счетов	Да
10. Наличие службы внутреннего контроля (аудита):	Да
Оценка риска в процентах (процент ответов «НЕТ»).	10%

с принятой в хозяйствующем субъекте учетной политикой, и обеспечивают возможность подготовки достоверной финансовой (бухгалтерской) отчетности;

в) доступ к активам возможен только с разрешения соответствующего руководства;

г) соответствие зафиксированных в бухгалтерском учете и фактически имеющихся в наличии всех видов активов определяется руководством хозяйствующего субъекта с установленной периодичностью, и в случае расхождений руководством предпринимаются надлежащие действия.

Как показало исследование, целесообразно оценку системы внутреннего контроля осуществлять в три этапа:

а) общее знакомство с системой внутреннего контроля;

б) первичная оценка надежности системы внутреннего контроля;

в) вторичная оценка (подтверждение достоверности оценки системы внутреннего контроля).

Первый этап включает общее знакомство с системой внутреннего контроля. Аудитору в начале работы следует получить общее представление о специфике и масштабе деятельности хозяйствующего субъекта и системе его бухгалтерского учета. По итогам первоначального знакомства аудитор должен принять решение о том, может ли он в своей работе вообще полагаться на систему внутреннего контроля хозяйствующего субъекта, подлежащего проверке. В случае если аудитор примет решение о том, что он не может полагаться в своей работе на систему внутреннего контроля хозяйствующего субъекта, он должен планировать аудит таким образом, чтобы аудиторское мнение не основывалось на доверии к этой системе. Это может быть

сделано, когда надежность системы внутреннего контроля оценивается аудитором как «низкая», или когда аудитору более удобно или экономически оправдано не полагаться на эту систему. В том случае, если по итогам общего знакомства с системой внутреннего контроля хозяйствующего субъекта аудитор примет решение о том, что он может сделать попытку полагаться в своей работе на систему внутреннего контроля, ему следует осуществить первичную оценку надежности системы внутреннего контроля.

В ходе первичной оценки надежности системы внутреннего контроля, как показывают результаты исследования, аудитор обязан принимать во внимание, что:

а) следует проверять на предмет надежности средств контроля бухгалтерскую и хозяйственную документацию хозяйствующего субъекта всего отчетного периода;

б) оценка надежности всей системы внутреннего контроля и (или) отдельных средств контроля как «низкой» не исключает возможности оценки надежности отдельных средств контроля как «средней» или «высокой».

По итогам первичной оценки аудитор может оценить надежность всей системы внутреннего контроля и (или) отдельных средств контроля как «среднюю» или как «высокую». В этом случае аудитор должен планировать аудиторские процедуры исходя из этого предположения, но не должен доверять данной системе абсолютно.

В том случае, если по итогам первичной оценки аудитор оценит надежность системы внутреннего контроля в целом и (или) отдельных средств контроля как «низкую», то он обязан учесть это и в дальнейшем планировать аудиторские процедуры соответствующим образом.

Аудитор, принявший по итогам первичной оценки решение о доверии системе внутреннего контроля и (или) отдельным средствам контроля, обязан в ходе аудиторской проверки осуществлять процедуры подтверждения достоверности этой системы.

По мнению автора, в том случае, если аудитор в ходе процедур подтверждения надежности системы внутреннего контроля придет к выводу о том, что оценка ее надежности в целом и (или) каких-либо отдельных средств внутреннего контроля окажется ниже той, которая была получена в

ходе первичной оценки, то он обязан соответствующим образом скорректировать порядок осуществления других аудиторских процедур, чтобы повысить достоверность своих выводов по результатам проведения аудиторской проверки.

При оценке системы внутреннего контроля внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов выделяются следующие направления (табл. 2).

Как показало исследование, все этапы оценки системы внутреннего контроля должны надлежащим образом документироваться с указанием аргументов, которыми руководствовался аудитор, давая соответствующую оценку надежности всей системе или отдельным средствам контроля или принимая решение, оказывающее влияние на планирование аудиторской проверки.

Автором разработан и приведен в табл. 3 пример теста внутреннего контроля операций по импорту товаров.

Как видно по результатам теста в организации практически отсутствует система внутреннего контроля, а система бухгалтерского учета не соответствует особенностям импортных операций. Таким образом, аудиторская оценка неотъемлемого риска и риска средств контроля должна быть принята как высокая. Уровень риска по результатам итоговой оценки средств контроля – высокий, оценка системы внутреннего контроля – низкая.

Аудит внешнеэкономической деятельности может проводиться как в рамках аудиторской проверки бухгалтерской (финансовой) отчетности, так и в рамках специального аудиторского задания. Кроме того, исследование внешнеэкономических операций может осуществляться в ходе оказания сопутствующих аудиту услуг.

Аудит внешнеэкономических операций в настоящей работе будет рассмотрен по следующим направлениям:

- аудит внешнеэкономических контрактов;
- аудит финансовой (бухгалтерской) отчетности в части внешнеэкономических операций;
- проверка соблюдения нормативных правовых актов при осуществлении внешнеэкономических операций.

Выделенные направления аудита внешнеэкономических операций не являются обособленными, а находятся в комплексной взаимосвязи между собой.

Таблица 2 – Основные направления внутреннего контроля внешнеэкономической деятельности хозяйствующих субъектов

Направление внутреннего контроля	Содержание направления	Задача направления
Реальность	Обоснованность отражения в бухгалтерском учете внешнеэкономических операций	Выявление фактов отражения в бухгалтерском учете неосуществленных внешнеэкономических операций
Полнота	Отражение в бухгалтерском учете всех внешнеэкономических операций	Выявление фактов отсутствия фиксации в бухгалтерском учете осуществленных внешнеэкономических операций
Разрешение	Санкционирование руководством отраженных в бухгалтерском учете внешнеэкономических операций	Выявление фактов отражения в бухгалтерском учете несанкционированных руководством внешнеэкономических операций
Точность	Правильность исчисления сумм, отраженных в бухгалтерском учете, внешнеэкономических операций	Выявление арифметических и логических ошибок
Классификация	Правильность корреспонденции счетов при отражении в бухгалтерском учете внешнеэкономических операций	Выявление фактов некорректных и ошибочных корреспонденций счетов при отражении в бухгалтерском учете внешнеэкономических операций
Учет	Завершенность бухгалтерского учета внешнеэкономических операций	Выявление фактов несоответствия данных аналитического и синтетического учета внешнеэкономических операций
Периодизация	Соответствие внешнеэкономических операций к периодам их осуществления	Выявление фактов нарушения периодов отражения в бухгалтерском учете внешнеэкономических операций

Исследование показало, что особенностью внешнеэкономического контракта является то, что если одним из участников является резидент (иностранным юридическое или физическое лицо, государственные органы иностранного государства, международные организации и т.д.), то сторонами при заключении контракта возможно применение норм международного частного права; контрагентами при заключении договора могут применяться нормы права иностранных государств.

Внешнеторговый контракт считается заключенным, если между сторонами достигнуто соглашение по всем существенным условиям (предмет договора). По мнению автора, объектами аудиторской проверки выступают следующие обязательные реквизиты контракта:

- общие сведения о контракте (унифицированный номер, дата подписания, место подписания, полные официальные наименования организаций продавца и покупателя);

- предмет контракта (наименование и полная характеристика товара, тара (упаковка), маркировка товара (оборудования), количество товара, определение сторонами момента перехода права собственности на товар);

- цена и сумма (общая сумма контракта, в том числе указание цены за единицу товара в валюте с приведением краткого наименования базиса поставки в соответствии с международными правилами толкования (ИНКОТЕРМС-2000); наименование и код валюты в соответствии с классификатором валют, используемым для целей таможенного оформления);

- условия платежа (сроки платежа и условия рассрочки при ее предоставлении, а также обязательный перечень документов, передаваемых продавцом покупателю и подтверждающих факт отгрузки, стоимость и номенклатуру отгруженных товаров);

- срок поставки (указываются дата завершения поставок и (или) график поставок конкретных партий и срок действия кон-

Таблица 3 – Тест внутреннего контроля импорта товаров ЗАО «Феникс»

Проверяемая организация ЗАО «Феникс»  
 Период аудита с 01.02.2007 по 31.03.2007  
 Дата составления 01.04.2007  
 Составил Иванов И.Н.

№	Содержание	Ответы		
		да	нет	примечание
1	2	3	4	5
<b>Осуществление контроля</b>				
1	Ведется ли учет товаров по этапам их движения?		x	
2	Импортные товары, прибывшие на пункты пересечения границы, на основании извещений приходятся в этом же месяце		x	По мере поступления на склад
3	Проводится ли инвентаризация импортных товаров во всех местах хранения		x	
<b>Реальность</b>				
4	Имеются ли случаи списания товаров в порядке потерь во время пути следования, хранения		x	
5	Акты на списание потерь составляются и датируются числом, когда выявлена недостача		x	
6	Сравниваются ли инвойсы иностранных поставщиков с контрактами на поставку товаров и приходными накладными предприятия		x	
<b>Условия</b>				
7	Контракты составляются с условиями ИНКОТЕРМС?	x		
8	Организация транспортировки осуществляется: - покупателем; - продавцом – контрагентом; - с привлечением третьих лиц.	x	x x	
<b>Точность</b>				
9	Определяется ли качество и количество полученных импортных товаров на момент получения		x	
10	Сверяются ли ежемесячно данные поставщиков со счетами их кредиторской задолженности		x	
11	Проверяют ли бухгалтер счета-фактуры на соответствие количества, качества, цн, сроков выполнения контрактов		x	
<b>Классификация</b>				
12	В рабочем плане счетов и учетной политике определены наиболее характерные корреспонденции по дебету и кредиту счета «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»		x	
<b>Учет</b>				
13	Периодически данные аналитического учета расчетов с иностранными поставщиками сверяются с данными синтетического учета		x	
14	Аналитический учет импортных товаров ведется по этапам их движения (товары в пути за границей, товары в пути в России и т.д.)		x	

гракта, в течение которого должны быть завершены поставки);

- условия приема товара (оборудования) по качеству и количеству (указываются место и сроки проведения инспекции качества и количества товара (оборудования), наименование

независимой экспертной организации, порядок предъявления рекламаций);

- форс-мажор (определяются обстоятельства непреодолимой силы);

- прочие условия и обстоятельства сделки (способ доставки товаров (оборудования));

переход рисков от продавца к покупателю (если этот момент не совпадает с датой перехода прав собственности на товар); оговариваются гарантийные обязательства, лицензионные платежи, техническая помощь и т.д.);

- рассмотрение споров (порядок предъявления и рассмотрения неурегулированных претензий, порядок платежей по претензиям, рассмотрение спорных вопросов в арбитраже);

- санкции (штрафные санкции за ненадлежащее исполнение обязательств сторонами);

- адреса покупателя и продавца (юридические и полные почтовые адреса продавца и покупателя, контактный телефон, факс, телекс предприятия продавца и покупателя);

- подписи сторон (даются подписи лиц, уполномоченных организациями продавца и покупателя заключить контракт, заверенные печатью с указанием их фамилии, имени, отчества и должностей).

Аудитору следует определить согласованное сторонами базисное условие поставки, а также возможные отклонения во внешнеторговом контракте. Базисные условия поставки «ИНКОТЕРМС 2000» приведены в табл. 4.

По мнению автора экспортные и импортные операции можно рассматривать как самостоятельный объект аудита, поскольку они характеризуются своими специфическими целями, задачами и последовательностью осуществления. В процессе аудиторской проверки важно установить не только факт достоверности отражения в учете этого вида опе-

раций, но и факт соответствия их нормам таможенного, валютного и налогового законодательства, а также сделать вывод об эффективности системы внутреннего контроля.

Аудит экспортно-импортных операций целесообразно, по мнению автора, осуществлять на основе сплошной документальной проверки по причине отсутствия типовых и повторяющихся операций.

Как показало исследование, в большинстве литературных источников нет однозначного подхода к данному объекту аудиторской проверки. Как правило, при этом, рассматриваются вопросы бухгалтерского учета, а применяемые методики не обеспечивают комплексного подхода. По мнению автора, при проведении аудиторских проверок экспортно-импортных операций необходимо проверять законность осуществления этих операций. Возникает ситуация, когда, при организации и ведении бухгалтерского учета по обычным, отработанным на операциях внутреннего рынка, схемам, возникает риск нарушения законодательства и искажения бухгалтерской отчетности, о чем лица, ответственные за финансово-хозяйственную деятельность могут не подозревать и систематически совершать непреднамеренные ошибки. Последствия таких ошибок, при обнаружении их правоохранительными органами, могут быть весьма обременительными для хозяйствующего субъекта.

Исследование показало, что проверка законности проведения отдельных внешнеэкономических операций может проводиться как часть плана аудита годовой бухгалтерс-

**Таблица 4 – Базисные условия поставки «ИНКОТЕРМС 2000»**

Группа	Термин	Наименование
Е. Отправление	EXW	Франко-завод (название места)
F. Основная перевозка не оплачена	FCA	Франко-перевозчик (название места назначения)
	FAS	Франко вдоль борта судна (название порта отгрузки)
	FOB	Франко-борт (название порта отгрузки)
C. Основная перевозка оплачена	CFR	Стоимость и фрахт (название порта назначения)
	CIF	Стоимость, страхование и фрахт (название порта назначения)
	CPT	Фрахт/перевозка оплачены до (название места назначения)
	CIP	Фрахт/перевозка и страхование оплачены до (название места назначения)
D. Прибытие	DAF	Поставка до границы (название места поставки)
	DES	Поставка с судна (название порта назначения)
	DEQ	Поставка с пристани (название порта назначения)
	DDU	Поставка без оплаты пошлины (название места назначения)
	DDP	Поставка с оплатой пошлины (название места назначения)



кой(финансовой) отчетности, так и в качестве отдельной тематической проверки.

По мнению автора, выделение того или иного вида внешнеэкономических операций в отдельный пункт плана или назначение специальной аудиторской проверки по данному роду деятельности в большой степени зависит от её специфичности и рисков, сопряженных с данной деятельностью.

Как показало исследование, экспортно-импортные операции подвержены влиянию следующих видов рисков:

-коммерческий риск – когда сделка не состоялась и хозяйствующий субъект не получил прибыль. В некоторых случаях это может привести к банкротству, поскольку спецификой экспортно-импортных операций является достаточно длительный временной период между моментом согласования, заключения и непосредственного исполнения внешнеэкономического контракта;

-финансовый риск – когда экспортер или импортер не способен своевременно и в полном объеме погасить долги по заемным средствам из-за отсутствия или недостатка денежных средств, находящихся в его распоряжении;

-валютный риск – экспортер и импортер полностью зависят от курса валюты, определенной в качестве средства платежа по внешнеэкономическому контракту;

-риск неэффективности внешнеэкономической сделки – в случае, когда произведенные хозяйствующим субъектом затраты по доставке товара и исполнению своих обязательств по внешнеэкономическому контракту превосходят доходы от реализации этого товара;

-риск искажения данных бухгалтерского учета и отчетности, так как экспортно-импортные операции имеют ряд специфических, присущих только им особенностей.

Как показало исследование, содержание и направление аудита экспортно-импортных операций включают расширенный спектр задач и подзадач, определяющих целевую направленность проверки. Кроме того, как от сотрудников, так и от аудитора требуется наличие специальных знаний в области международного и гражданского права, валютного, таможенного и налогового законодательства, что подтверждает, что экспортно-импортные операции являются специфическим объектом аудиторской проверки.

По мнению автора, более полным, но и более трудоемким является документирование информации в виде контрольных перечней или схем. Методика составления подобных карт разрабатывается аудитором самостоятельно и практически не имеет ограничений. Основное требование к ним – их наглядность и простота. При этом необходимо отражать только операции, документы и отчеты, имеющие важность для аудиторской проверки. Применительно к экспортно-импортным операциям, такие карты (схемы) отражают прохождение информации по основным этапам внешнеэкономической сделки.

Как показало исследование, порядок составления контрольных схем и последовательности выполнения операций подразумевает включение достаточного объема информации по экспортно-импортным операциям, но при этом должен сохраняться принцип простоты и наглядности. В этом случае они будут пригодны для любой аудиторской проверки. Более того, данные схемы могут быть использованы и при документировании аудита на последующих этапах.

По мнению автора, другим положительным фактором применения контрольных перечней или схем является возможное наличие у хозяйствующего субъекта системы документооборота, как необходимого элемента учета, утверждаемого учетной политикой. Это облегчит задачу аудитору при составлении этих схем и сформирует мнение о надежности системы внутреннего контроля. Пример такой контрольной схемы, рекомендуемой автором, приведен в таблице 5.

Как показало исследование, информация о хозяйствующем субъекте, полученная в ходе предварительного планирования, оценка составляющих аудиторского риска, являются основой, исходя из которой может быть сформирована стратегия аудиторской проверки. Аудитор выбирает аудиторские процедуры, которые будут применяться, определяет вид процедур, их объем и способ (метод) применения. По мнению автора, при этом, в целях оптимизации проверки необходимо принять во внимание следующие обстоятельства:

-применение статистических выборочных методов оправдано лишь при достаточно больших объемах генеральных совокупностей;

-при имеющейся информации о значимых для аудита областях целесообразно отдавать предпочтение процедурам сплош-

Таблица 5 – Контрольная схема последовательности операций по оприходованию импортных материальных ценностей

Проверяемая организация  
 Период аудита  
 Дата составления  
 Составил

ЗАО «Феникс»  
 с 01.02.2008 по 31.03.2008  
 01.04.2008  
 Иванов И.Н.

№	Содержание хозяйственной операции	Наименование документа	Исп./Контр.	Цель контроля исполнения
1	Акцептование счета поставщика	Счет-фактура, контракт, спецификация, отгрузочные документы	Отдел закупок бухгалтерия	Соответствие счета-фактуры условиям контракта
2	Определение момента перехода права собственности, в т.ч. по материальным ценностям в пути	Приходный ордер, счет-фактура (инвойс), контракт, спецификация, отгрузочные документы, ГТД, ДТС, документы по оплате таможенных платежей	Бухгалтерия	Определение своевременности, точности и полноты отражения операций, соблюдение в учете момента перехода права собственности, а также списания затрат
3	Формирование фактической стоимости оприходованных материальных ценностей	Выписки банка с приложениями документов	Бухгалтерия	Своевременность, точность полнота и достоверность формирования стоимости импортных товаров
4	Оприходование импортных ценностей, поступивших на склад, по количеству, качеству и ассортименту	Приходные документы	Зав. склад.	Своевременность, полнота и точность оприходования, а также выявления отклонений от условий контракта
5	Отражение оприходованных материальных ценностей в бухгалтерском учете	Бухгалтерские регистры аналитического и синтетического учета	Бухгалтерия	Правильность отражения в учете по соответств. счетам (01,10,41) и порядка отнесения затрат к данным поставкам
6	Формирование досье «Импорт» по контракту	Копии (оригиналы) вышеуказанных документов	Отдел закупок Аналит. служба или СВК	Последующий анализ внешнеэкономического контракта, выявление резервов повышения эффективности этих операций для предприятия

ной проверки совокупностей. И, наоборот, совокупности, составляющие незначительные области, могут быть проверены выборочно или с помощью аналитических процедур.

Подготовка общего плана и программы аудита является завершающей стадией планирования, при этом, в общем плане отражаются основная цель и направления проверки, способ проведения аудита, установленный уровень существенности, параметры аудиторского риска, численность и квалификация рабочей группы аудиторов, их обязанности, ответственность и соподчиненность; сроки проведения проверки, а также

дата представления аудиторского заключения и детализированного отчета.

С учетом вышеизложенных сведений о хозяйствующем субъекте и особенностях импортных операций автором рекомендована следующая программа аудиторской проверки (табл. 6).

Особенность информационной базы аудита следует из специфики экспортно-импортных операций. На рис. 1 приведена разработанная автором классификация информационной базы при проведении аудиторской проверки.

Как видно из рис.1, информационная база аудита внешнеэкономических операций пред-

ставлена внешними, внутренними и смешанными источниками, их содержание определяется принципами ведения бухгалтерского учета и составления отчетности, нормами российского законодательства, а также международной законодательной базой.

По мнению автора, при классификации информации для аудита целесообразно ис-

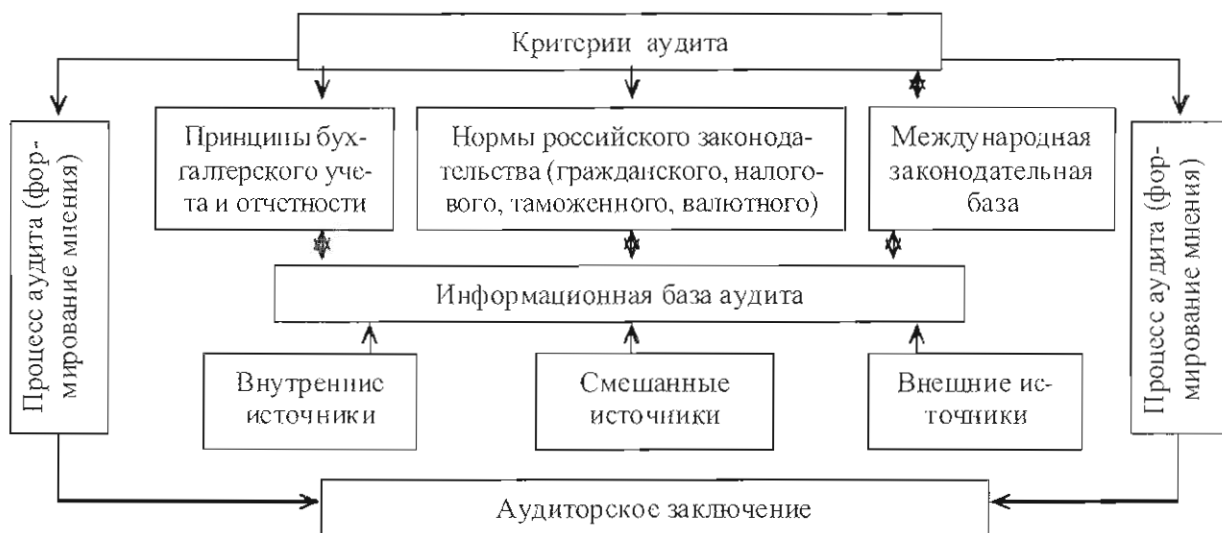
пользовать системный подход, т.е. разделение всех источников информации на внутренние и внешние.

При проведении проверки аудитор исходит из основополагающего принципа непрерывности деятельности хозяйствующего субъекта. Для формирования такого мнения необходимо достаточное количество аудиторских доказа-

**Таблица 6 - Программа аудита**

Проверяемая организация	ЗАО «Феникс»
Период аудита	с 01.02.2008 по 31.03.2008
Количество человеко-часов	8
Аудитор	Иванов И.Н.
Планируемый аудиторский риск	5 %
Планируемый уровень существенности	200 т. руб.

№	Перечень аудиторских процедур	Источник информации	Приемы проверки
1	Наличие и правильность оформления контрактов	Контракты	Инспектирование
2	Своевременность оформления операций по приобретению импортных товаров	Таможенные декларации, приходные накладные	Инспектирование
3	Проверка правильности определения таможенной стоимости	Таможенные декларации	Пересчет
4	Налогообложение импортных товаров (НДС, акцизы)	Таможенные декларации, первичные документы по импорту	Пересчет
5	Проверка реальности кредиторской задолженности и расчетов по импорту	Счета-фактуры поставщиков, платежные документы	Инспектирование, подтверждение
6	Проверка полноты и правильности оприходования товаров	Счета-фактуры, приходные накладные	Инспектирование



**Рисунок 1 – Классификация информационной базы для проведения аудита экспортно-импортных операций**

тельств, так как именно экспортно-импортные операции подвержены большему числу рисков. Это требует от аудитора использования большого количества информации, в том числе, поступающей из-за границы.

Как показало исследование, к внешним источникам информационной базы экспортно-импортных операций относятся:

- информация о политической и экономической ситуации в отношении стран, субъектами которых являются контрагенты по внешнеэкономической сделке;

- информация о денежно-кредитной и бюджетной политике государства;

- отраслевая информация, на основании которой, аудитор должен оценить целесообразность заключения внешнеторгового контракта (например вероятна ситуация, когда импортер заключает сделку на поставку зарубежной продукции той отрасли, которая не является ведущей для данной страны, либо продукция этой отрасли является весьма дорогостоящей на мировом рынке). В этом случае, аудитор обязан выяснить, с какой целью заключается такого рода импортный контракт, поскольку возникает вопрос о целесообразности участия хозяйствующего субъекта в такого рода сделках;

- характеристика контрагентов. Данного рода информация дает возможность оценить стабильность хозяйственных связей. Официально надежность иностранного партнера может быть подтверждена публикуемым аудиторским заключением, ознакомление с которым позволит проверяющему оценить вероятность риска расторжения сделки, т.е. коммерческого риска;

- законодательная и справочно-информационная базы. Безусловно, действующая нормативно-законодательная база является основным критерием аудита при определении законности экспортно-импортной операции. Кроме того, справочная информация официальных органов, например, о рыночных ценах на импортируемую продукцию, поможет оценить реальность цен, указанных во внешнеторговом контракте и таможенных декларациях. Таким образом, аудитор минимизирует риск сговора таможи и экспортера (импортера);

- заключения официальных государственных органов, внешних аудиторов и иных организаций, уполномоченных проводить проверки. Акты проверки предприятия-

экспортера (импортера) различными органами являются внешними аудиторскими доказательствами и позволяют аудитору сделать вывод относительно не только деятельности хозяйствующего субъекта в целом, но и конкретной операции. Так, замечания таможенных органов относительно ведения бухгалтерского учета и соблюдения норм действующего законодательства ставят под сомнение достоверность и полноту отражения экспортно-импортной операции. Постоянное участие в судебных разбирательствах, вне зависимости от вида решения, указывает на то, что достаточная доля средств не идет на развитие хозяйствующего субъекта, а отвлекается из оборота.

- информация средств массовой информации и сети Интернет. Для аудита не существует пределов источников баз данных и количества информации относительно проверяемой операции, единственным ограничивающим фактором является её достоверность, тем более, что внешнеэкономическая операция расширяет базу деловой информации, так как контрагенты являются субъектами различных государств.

Исследование показало, что внутренними источниками информации являются:

- правовые документы хозяйствующего субъекта. Правильность их составления, своевременность оформления и регистрации изменений позволяют сделать вывод о законности существования хозяйствующего субъекта в целом. С правовой точки зрения, аудитор также должен оценить банковские и таможенные документы. Особенностью экспортно- импортной операции является то, что одновременно опосредованные участники сделки являются и контролирующими органами;

- учетная и таможенная политика. Из анализа учетной политики аудитор получает сведения о том, в каких регистрах бухгалтерского учета отражаются данные по экспортно- импортной операции, как распределяются затраты по импортным контрактам, как происходит оценка имущества, стоимость которого выражена в иностранной валюте. Наличие утвержденного документооборота, как уже упоминалось, позволяет аудитору не только понять, какими дополнительными внутренними документами оформляется сделка, но и выразить мнение о надежности системы внутреннего контроля и бухгалтерско-

го учета, что имеет прямое отношение к аудиторскому риску;

- внешнеторговый контракт является основополагающим документом, содержащим ключевые сведения по экспортно-импортной операции, которые являются основой информационной базы для проведения аудита. В отличие от любого другого вида договора, регулирующего хозяйственные операции, он сочетает в себе не только интересы сторон по сделке, но и требования как внутреннего, так и международного законодательства, соглашений, правил, стандартов. При этом особое внимание необходимо обратить на то, что этот документ составляется на двух языках, где некорректность перевода основных условий содержит в себе риск недостоверности сведений по сделке. Поэтому аудитор должен учитывать специфику экспортно-импортных операций и убедиться в однозначности трактовки условий внешнеторгового контракта, а при внесении изменений и дополнительных условий удостовериться в том, что это доведено до сведения обеих сторон по контракту;

- первичные документы. Некоторые первичные документы хозяйствующих субъектов, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, по своей сути являются смешанными, а не внутренними. В составлении части первичных документов участвуют контрагенты по операции. Например, банковская выписка по валютному счету составляется банком на основании платежного поручения, представленного хозяйствующим субъектом, при этом, отражение на счетах бухгалтерского учета валютных операций только на основании данных первичных документов незаконно. Также таможенная декларация составляется декларантом, но при этом таможенный орган делает на ней соответствующие отметки. Кроме того, если операция касается импорта материальных ценностей, хозяйствующий субъект оформляет паспорт импортной сделки, который проверяется и заверяется банком. Такой порядок составления характерен практически всем первичным документам таможенно-банковского контроля. Таким образом, отличительной чертой импортных операций является повышенная степень контроля за первичными документами со стороны налоговых, банковских и таможенных органов, а ряд документов, например, на транспортные перевоз-

ки, должен соответствовать международным требованиям, предъявляемым к их оформлению;

- база данных бухгалтерского учета. По ней формируется основная информация на счетах синтетического и аналитического учета экспортно-импортных операций. Правильное и своевременное отражение этого вида операций по счетам бухгалтерского учета в компьютерной программе не является гарантией достоверности информации. Аудитору необходимо убедиться, что программный продукт надежен и формирует достоверную базу данных;

- данные бухгалтерской отчетности также являются одним из важных источников информации. Анализ её статей позволяет оценить эффективность данной сделки для предприятия;

- прочие источники информации. При проведении аудиторской проверки целесообразно изучить справки и отчеты, подготавливаемые в хозяйствующем субъекте и предназначенные для обмена данными между внутренними подразделениями. Например, аудитору при формировании мнения о надежности импортной сделки необходимо оценить, как хозяйствующий субъект отслеживает продвижение товара, его оплату (особенно если составлен график платежей и поставок), следит за своевременной подготовкой и оформлением документов с целью предупреждения возникновения. Также необходимо обратить внимание и на переписку между контрагентами, которая может дать разъяснения по изменению условий внешнеторговых контрактов.

Исследования позволили определить источники информации для проведения аудита импортных операций, которые представлены в табл. 7.

Исследование показало, что из всего спектра аудиторских процедур проверки, для аудита экспортно-импортных операций наиболее применимыми являются инспектирование и пересчет. Это связано с тем, что практически все документы имеют смешанный характер (внешняя и внутренняя информация) и применение таких процедур, как запрос и подтверждение не характерно для данного вида аудиторских проверок. Учитывая особенности экспортно-импортных операций, применение процедуры наблюдения также не всегда возможно. В настоящее время перс-

**Таблица 7 – Источники информации, используемые при аудите импортных операций**

№	Вид документа	Наличие в хозяйствующем субъекте
1.	Документы на открытие валютных счетов (в т.ч. учредительные документы)	+
2.	Документы, подтверждающие полномочия лиц, подписывающих внешнеторговые контракты	+
3.	Выписки по лицевым счетам	+
4.	Платежные документы	+
5.	Внешнеторговые контракты	+
6.	Паспорта импортных сделок	+
7.	Грузовые таможенные декларации	+
8.	Товаросопроводительные документы	+
9.	Ведомость банковского контроля	-
10.	Документы хозяйствующего субъекта по импорту (учетные, сведения и т.д.)	+
11.	Заключение внутреннего контроля или аудита по проверке импортных операций клиентов банка	-
12.	Заключение внутреннего контроля или аудита по проверке импортных операций хозяйствующего субъекта	+

пективным является применение аналитических процедур;

Для получения аудиторских доказательств достоверности и законности экспортно-импортных операций можно выделить три основных направления:

- оценка соответствия экспортно-импортной операции таможенному законодательству;
- анализ и использование результатов банковского контроля;
- непосредственная проверка ведения бухгалтерского учета по этим операциям.

Результаты исследования показали, что при организации и проведении аудиторской проверки экспортно-импортных операций необходимо учитывать все основные положения Федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности, а также особенности этих операций. Использование методических подходов к проведению проверки внешнеэкономической деятельности, которые изложены выше позволяют оптимизировать объем аудиторских процедур и получить достоверные результаты проверки.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Куликов Г.В. Аудит экспортных операций: Практик. пособие под ред. проф. В.И. Подольского. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 157 с.
2. Кулинина Г.В. Аудит импортных операций: Практик. пособие под ред. проф. В.И. Подольского. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 190 с.
3. Кулинина Г.В. Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности организаций / Г.В.Кулинина, Н.Т.Шалашова, С.Д.Юыкова. – М.: Бухгалтерский учет.2003. – 272 с.
4. Шалашова Н.Т. Аудит внешнеэкономических операций. – М.: Финансовая газета, 2004. – 48 с.

# ФОРМИРОВАНИЕ ТРАНСФЕРТНЫХ ЦЕН НА ВЫПОЛНЕННЫЕ РАБОТЫ И ОКАЗАННЫЕ УСЛУГИ ВСПОМОГАТЕЛЬНЫХ ПРОИЗВОДСТВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

© 2008 М.Ф. Овсийчук, А.Е. Демин

*В статье рассматриваются методологические основы формирования трансфертных цен на выполненные работы и оказанные услуги вспомогательных производств сельскохозяйственных организаций, приведены способы их формирования и порядок их расчета.*

**В** настоящее время является достаточно актуальным применение трансфертных цен при взаиморасчетах за выполненные работы и оказанные услуги между структурными подразделениями сельскохозяйственной организации. Трансфертное ценообразование – это процесс установления внутренних расчетных цен между сегментами одной организации.

В зарубежной и отечественной экономической литературе выработано три варианта формирования трансфертных цен:

- на уровне рыночной цены на аналогичные работы и услуги;
- на основе себестоимости произведенной продукции, выполненных работ, оказанных услуг («себестоимость плюс»);
- в расчете трансфертной цены учитывается удельная переменная себестоимость и удельный маржинальный доход, утраченный продающим подразделением в результате отказа от внешних продаж.

Преимуществом метода формирования трансфертных цен на уровне рыночных цен является объективный характер их установ-

ления. Этот метод применяется в децентрализованной организационной структуре организации, когда структурные подразделения (центры ответственности) свободны в выборе внутренних и внешних покупателей своей продукции, работ, услуг. В этом случае организация несет дополнительные расходы по сбору информации по уровню рыночных цен на аналогичные услуги. При таком методе ценообразования центрам ответственности предоставлено право во взаимодействии с внешними продавцами и покупателями. Использование этого метода ценообразования предполагает следующие условия:

- центр ответственности, приобретающий продукцию (услугу) покупает ее внутри фирмы до тех пор, пока продающий центр ответственности не начинает превышать существующие рыночные цены и желает продавать продукцию внутри фирмы;
- если продающее подразделение превышает существующие рыночные цены, то покупающий продукцию (услугу) центр ответственности может приобрести ее на стороне.

---

*О в с и й ч у к Мария Федоровна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой бухгалтерского учета Российского университета кооперации.*

*Д е м и н Алексей Евгеньевич – соискатель кафедры бухгалтерского учета Российского университета кооперации.*

Этот метод может использоваться, если одновременно выполняются оба условия.

В настоящее время этот метод формирования трансфертных цен не применяется в сельскохозяйственных организациях в связи с тем, что в них в основном централизованная организационная структура, которая не предполагает свободы выбора у структурных подразделений (центров ответственности) покупателя своей продукции, работ, услуг. Они реализуются исключительно другим структурным подразделениям. Вместе с тем он является перспективным для сельскохозяйственных организаций.

В случае неприменения первого метода установления трансфертных цен возможно использование второго метода – на основе себестоимости продукции, работ, услуг. В основе расчета трансфертной цены может быть либо плановая себестоимость, либо фактическая себестоимость, либо переменная часть себестоимости.

Подходы формирования трансфертных цен на выполненные работы и оказанные услуги вспомогательными производствами между структурными подразделениями сельскохозяйственных организаций зависят от цели их установления.

Для ведения достоверного учета формирования себестоимости сельскохозяйственной продукции трансфертные цены на выполненные работы и оказанные услуги вспомогательных производств устанавливаются на уровне их плановой себестоимости, а затем осуществляется корректировка до фактической себестоимости. Такие трансфертные цены должны объективно отражать необходимый уровень затрат на выполненные работы и оказанные услуги, исключая бесхозяйственность, нерациональное использование имеющихся ресурсов. В трансфертные не включают начисления на заработную плату, выплаты за выслугу лет, премии. Пример расчета трансфертной цены за нормо-час услуг, выполняемых ремонтной мастерской (табл.1).

При расчете трансфертной цены за машино-день пребывания технических средств в ремонтной мастерской включают годовой фонд оплаты труда работников ремонтной мастерской и годовую сумму затрат по соответствующим статьям (табл. 2).

Трансфертные цены на услуги работы автопарка определяются либо за час работы автомобиля по маркам автомобиля, либо за 100 км пробега по маркам автомобиля, либо за 10 ткм (табл. 3).

**Таблица 1 – Расчет трансфертной цены за нормо-час услуг, выполненных ремонтной мастерской**

Показатели	Профессии работников					Итого
	токарь	слесарь	газосварщик	аккумуляторщик	Плотник, столяр	
Количество нормо-часов работы в месяц	173	173	173	173	173	865
Часовая тарифная ставка, руб.	69	50	67	54	60	60
Тарифный фонд работников за месяц, руб.	11937	8650	11591	9342	10380	51900
Доплаты и премии при оценке услуг, руб.						
«удовлетворительно»	6200	4500	6030	4800	5400	26930
«хорошо»	8600	6200	8300	6700	7500	37300
Амортизация оборудования за месяц, руб.	4480	-	7500	-	9800	21780
Прочие затраты за месяц, руб.	5200	4300	13000	4500	3200	30200
Всего затрат при оценке услуг, руб.						
«удовлетворительно»	27817	17450	39121	18642	28780	130810
«хорошо»	30217	19150	40391	20542	30880	141180
Расценка за 1 нормо-час услуг с оценкой, руб.						
«удовлетворительно»	160,80	100,90	226,10	107,80	166,40	151,20
«хорошо»	175,00	110,70	233,50	118,70	178,50	163,20



**Таблица 2 – Расчет трансфертной цены за машино-день пребывания технических средств в ремонтной мастерской**

№ п.п.	Показатели	Сумма
1.	Годовой фонд оплаты труда заведующего мастерской, бухгалтера и других работников, руб.	450000
2.	Затраты на содержание ремонтной мастерской - всего, руб.	465220
	в т.ч. амортизация	191600
	электроэнергия	96860
	водоснабжение	50560
	текущий ремонт здания	115300
	топливо	4700
	автотранспорт	6200
3.	Всего затрат	915220
4.	Планируемое количество дней пребывания машин в ремонтной мастерской на ремонте за год, дни	2900
5.	Расценка за один машино-день, руб.	315,60

**Таблица 3 – Расчет трансфертных цен на услуги автотранспорта**

Показатели	ГАЗ-53А (бортовая)	ЗИЛ-508.10	ГАЗ-3302
Стоимость автомобиля, тыс.руб.	200	500	400
Средний фактический год эксплуатации, лет	8	2	3
Номинальная грузоподъемность, т	4,0	7,0	3,0
Пробег для расчета цены за 10 ткм, км	1000	1000	1000
Расход топлива на 100 км пробега, л	25	25	16
Дополнительный расход топлива на работу, л	3,9	4,2	3,9
Всего расход топлива на 100 км пробега, л	28,9	29,2	19,9
Масло для двигателя на 100 л топлива, л	2,4	2,4	2,4
Расход ГСМ – всего на 100 км пробега, руб.	860,5	870,2	620,0
Масла трансмиссионные и специальные на 100 л топлива, л	0,4	0,4	0,4
Масла трансмиссионные и специальные топлив на 100 км пробега, руб.	15,0	15,2	6,2
Затраты на техническое обслуживание и текущий ремонт на 100 км пробега, руб. (по факту предыдущего периода)	67,0	84,0	59,0
Амортизация на 100 км пробега, руб.	110,0	320,0	280,0
Заработная плата водителя на 100 км пробега, руб.	510,0	560,0	530,0
Прочие затраты, включая замену резины, на 100 км пробега, руб.	98,8	135,9	123,7
Трансфертная цена за 10 км пробега, руб.	166,1	198,5	161,9
Грузооборот на 10 км пробега	16,7	20,6	13,5

В результате использования таких цен у структурного подразделения вспомогательного производства (центра ответственности) формируется доход, определяемый как про-

изведение стоимости выполненных работ и оказанных услуг на их количество. В качестве показателей, по которым может осуществляться контроль и анализ деятельности

структурных подразделений вспомогательных производств можно использовать натуральные показатели (грузооборот по автопарку, качество ремонтов в ремонтной мастерской, коэффициент технической готовности машин и тракторов (табл. 4), количество электрической и тепловой энергии, бесперебойная работа агрегатов и т.д.).

Машино-дни пребывания тракторов в сельскохозяйственной организации определяют умножением физических тракторов на коэффициент перевода их в условно-эталонные и на число календарных дней в периоде (в таблице дан расчет на месяц). Количество дней простоев тракторов устанавливают либо по плану-графику ремонтов и технических обслуживаний, либо на уровне предыдущего аналогичного периода с учетом нормативных сроков выполнения этих работ или по фактически сложившейся продолжительности нахождения в ремонте тракторов различных марок. В связи с тем, что количество ремонтов и технического обслуживания выявляется в сельскохозяйственных организациях в процессе эксплуатации техники, то устанавливают нормативные коэффициенты использования тракторов. Их определяют умножением коэффициента технической готовности на 0,82 (коэффициент, учитывающий количество рабочих дней в расчетном периоде (25,4:31)) и на 0,92 (коэффициент, учитывающий время болезней, отпусков и т.д. (23,4:25,4)). Значения коэффициентов технической готовности являются нормативной величиной.

Также можно разработать систему показателей материального стимулирования работников вспомогательных производств в зависимости от снижения себестоимости выполненных работ и оказанных услуг. Например, выплачивать до 70% экономии затрат и удерживать до 40% перерасходованных затрат.

Трансфертные цены на выполненные работы и оказанные услуги вспомогательных производств можно устанавливать по нормативам. Этот метод является в большей степени трудоемким, чем предыдущий. Как показало исследование, в настоящее время в сельскохозяйственных организациях практически отсутствуют планово-экономические отделы, осуществляющие разработку этих нормативов, кроме того, при постоянно меняющихся внешних факторах хозяйственной деятельности снижается объективность определения нормативов. Остается актуальным использование нормативов в натураль-

ном выражении (например, по расходу горюче-смазочных материалов, вспомогательных и ремонтных материалов и т.д.). Такие нормативы занимают незначительный удельный вес в нормативном хозяйстве сельскохозяйственных организаций. Вместе с тем, использование трансфертных цен на уровне нормативной себестоимости работ и услуг вспомогательных производств стимулирует рациональное использование всех видов ресурсов, а также снижение себестоимости выполненных работ и оказанных услуг. В качестве показателей, используемых для анализа и контроля деятельности вспомогательных производств, можно использовать показатели экономии или перерасхода затрат, а также натуральные показатели, приведенные выше.

Во вспомогательных производствах сельскохозяйственных организаций расчет за выполненные работы и оказанные услуги производится ежемесячно. Суммарная стоимость выполненных работ, оказанных услуг и принятых претензий составляет доход структурного подразделения вспомогательного производства, из которого вычитаются стоимость материальных затрат, услуг других подразделений и оплата принятых претензий. В результате может формироваться фонд оплаты структурного подразделения. Из последнего вычитается выплаченный аванс, оставшаяся сумма распределяется между работниками либо пропорционально отработанному времени, либо с учетом коэффициента трудового участия (КТУ) (табл. 5).

В случае если, трансфертная цена формируется по принципу «себестоимость плюс», то в трансфертную цену включается себестоимость и фиксированный процент прибыли этого структурного подразделения. В этом случае, в качестве финансовых показателей, используемых для контроля и анализа деятельности структурных подразделений вспомогательных производств, могут использоваться прибыль и уровень рентабельности и маржинальный доход. В соответствии с Положением о внутрихозяйственном расчете часть прибыли этого структурного подразделения может быть использована на премирование работников.

Третий метод формирования трансфертной предполагает включение в ее расчет переменной части себестоимости единицы продукции (работ, услуг) и маржинального дохода на единицу продукции (работ, услуг),

**Таблица 4 – Расчет коэффициентов технической готовности и использования тракторов за месяц**

Марки тракторов	Кол-во, шт	К-ты перевода тракторов в условно-эталонные	Условные эталонные машино-дни пребывания в хозяйстве	Нормативные дни простоев на ремонтно-техническом обслуживании		Коэффициенты	
				Физических тракторов	Условно-эталонных	Технической готовности тракторов	Использование тракторов
Т-150	4	1,65	205	29	47,8	0,70	0,53
ДТ-75	10	1,0	310	60	60,0	0,86	0,42
МТЗ-80	8	1,1	273	75	82,5	0,76	0,57
и т.д.							

**Таблица 5 – Размеры корректировки коэффициентов трудового участия в структурных подразделениях вспомогательных производств**

Повышающие факторы	Размер повышения КТУ	Понижающие факторы	Размер снижения КТУ
Высокая, по сравнению с другими работниками производительность труда, выполнение работ разной сложности	0,1 – 0,5	Недостаточно высокая производительность труда	0,1 – 0,5
Выполнение наиболее сложных работ	0,1 – 0,5	Низкое качество выполнения работ	0,1 – 0,5
Высокое качество выполняемых работ	0,1 – 0,5	Небрежное использование средств производства, связанное с поломкой машин и механизмов	0,1 – 0,5
Внедрение и освоение новых более совершенных приемов в работе, рационализаторство, новаторство	0,1 – 0,4	Нарушение трудовой дисциплины	0,1 – 0,4
		Невыполнение распоряжений специалистов и руководителей структурных подразделений	0,1 – 0,4

утраченного подразделением в результате отказа от продаж этого вида продукции (работ, услуг) на сторону.

В отечественной экономике этот метод практически не используется.

Вместе с тем в сельскохозяйственных организациях использование выше изложенных методов определяется влиянием следующих факторов:

- организационная структура организации;
- характером, решаемых при помощи трансфертного ценообразования задач (оптимизация оплаты труда работников структурных подразделений вспомогательных производств, контроль и анализ деятельности структурных подразделений, принятие управленческих решений).

**ЛИТЕРАТУРА:**

1. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет. Учебник. – М.: Омега-Л., 2005. – 546 с.
2. Кондраков Н.П., Иванова М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 368 с.
3. Красова О.С. Бюджетирование и контроль затрат на предприятии: Практ. пособие. 2-е изд. – М.: Омега-Л, 2007. – 169 с.

## «ДИРЕКТ-КОСТИНГ» И УЧЕТ ЗАТРАТ В ПРОИЗВОДСТВЕ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

© 2008 Т.В. Осипова

*Методика применения системы «директ-костинг» рассматривается применительно к молочному скотоводству сельскохозяйственных организаций.*

**Ч**тобы принять оптимальное управленческое решение, любой организации независимо от сферы деятельности и организационно-правовой формы необходимо знать свои затраты и располагать информацией о произведенных расходах. Проведение анализа затрат позволяет выявить их эффективность, установить, не будут ли они чрезмерными, проверить качественные показатели работы, правильно определить цены продаж, контролировать расходы, планировать ожидаемый размер прибыли и рентабельность производства.

В течение длительного периода затраты выявляли и учитывали «котловым» методом. В едином бухгалтерском регистре за весь отчетный период учитывали все средства, израсходованные на производство, независимо от места их потребления и целевой направленности. В результате определяли общую сумму затрат без учета ассортимента и структуры выпущенной продукции. «Котловой» метод не выявлял возможностей снижения затрат.

В 1887 г. английские экономисты Дж. М. Фелс и Э. Гарке предприняли попытку создания более мобильного метода учета затрат, который давал бы больше информации о затратах и способствовал усилению контроля за их использованием [1]. В основе этой системы лежало разделение затрат на фиксированные (в настоящее время это условно-постоянные расходы) и переменные (условно-переменные).

В 1901 г. американский экономист А.Г. Черч разделил условно-постоянные (или накладные расходы) на накладные расходы и на общеорганизационные расходы [2].

В условиях развивающихся рыночных отношений эффективное управление производственной деятельностью организации все более зависит от уровня его информационного обеспечения. В существующей в настоящее время отечественной системе бухгалтерского учета применяется затратный метод, предусматривающий учет и исчисление полной фактической себестоимости единицы продукции (работ, услуг). Однако мировой опыт свидетельствует об эффективности использования маржинального метода – системы учета «директ-костинг», в основе которой лежит исчисление сокращенной себестоимости продукции и определение маржинального дохода.

Исторически маржинальный подход стал использоваться в западных странах тогда, когда исчерпала себя модель экстенсивного развития производства и появилась модель интенсивного развития. Использование этой модели потребовало, в свою очередь, решения стратегических задач управления на основе четкого подразделения затрат на прямые и косвенные, основные и накладные, постоянные и переменные, производственные и периодические.

Экономисты затрудняются утверждать, кто из ученых стоял у истоков теоретического обоснования такой классификации затрат.

Еще в 1781 г. Т.Е. Клишштейн на примере металлургического производства показал, как прямые затраты необходимо относить на отдельные фазы (переделы). Накладные расходы, по его мнению, следовало списывать прямо на счет результатов за период [3].

Ж. Курсель Сенель предложил разделить затраты на «особые» и «общие» [4].

Впервые в пользу граничных затрат высказался видный немецкий ученый О. Шмаленбах. В 1899 г. в статье «Бухгалтерия и калькуляция в фабричном деле», опубликованной в газете «Немецкая металлургия», он провел различия между прямыми затратами покупателя и косвенными затратами. В данной статье были упомянуты такие понятия, как «первичные накладные расходы», «вторичные накладные расходы», «постоянные затраты», «переменные затраты», «прогрессивные затраты», «дегрессивные затраты». О Шмаленбах уже тогда считал теоретически правильным относить на конкретных покупателей только первичные накладные расходы, а вторичные - покрывать за счет валовой прибыли. Идея же организации учета сумм покрытия впервые была обнародована им в 1902 г. [5].

На необходимость четкого разграничения затрат между постоянными и переменными их частями в 1903 г. указывал также Г. Гесс.

Но разграничение затрат на постоянные и переменные не имело под собой еще основания – их зависимости от объема производства. Таковую зависимость впервые обосновал Дж. Кларк в 1923 г.

В 1936 г., развивая эти идеи, американский экономист Дж. Гаррисон создал учение – «Директ-костинг», согласно которому в составе себестоимости необходимо учитывать только прямые расходы. Основные идеи этой системы он опубликовал в январе 1936 г. в бюллетене Национальной ассоциации промышленного учета.

В 30-е годы 20 века исследования в области системы «директ-костинг» также провели Вальтер Раутенитраух, Джон Х. Уильямс, Чарльз М. Кнопфель.

Значительный вклад в развитие идеи «директ-костинг» внес К. Румель.

Система «директ-костинг» получила дальнейшее развитие после второй мировой войны.

Сначала система «директ-костинг» предполагала включение в себестоимость только прямых расходов, а косвенные расходы списывались непосредственно на финансовые результаты. Отсюда название «direct-costing-system» (система учета прямых затрат). Эта система предусматривает деление затрат на постоянные и переменные. Позднее «директ-костинг» трансформировался в систему, в которой себестоимость рассчитывается не только в части прямых переменных затрат, но и в части переменных косвенных затрат. Себестоимость продукции планируется и учитывается только в части переменных затрат (прямые затраты) и переменная часть общепроизводственных, то есть только переменные затраты распределяются по носителям затрат. Постоянная часть общепроизводственных расходов, общехозяйственных и коммерческих расходов собирают на отдельном счете, в калькуляцию не включают и периодически списывают на финансовые результаты. Разница между выручкой от продажи продукции и переменными затратами представляет собой маржинальный доход.

Система «директ-костинг» получила наименование «учет ограниченной, не полной или сокращенной себестоимости, в отечественной литературе эту систему называют маржинальным методом

Система «директ-костинг» хорошо изучена, широко применяется во всех экономически развитых странах.

Система «директ-костинг» является важной и необходимой в управленческом учете. Она заключается в следующем:

- в учете конкретных прямых производственных затрат;
- в отнесении постоянных расходов на финансовый результат;
- в группировке затрат на постоянные и переменные, что позволяет проводить анализ безубыточности на стадии бюджетирования;
- в ценообразовании, вследствие чего конкурентоспособность продукции увеличивается и уменьшается риск потерь от вероятности ее продаж;
- в определении прибыли от продажи каждой дополнительной единицы продукции, и соответственно, планирование цены и скидки на определенный объем продаж;

– в оценке запасов готовой продукции по переменным затратам, то есть по учетной себестоимости.

В управленческом учете учетные операции группируются в соответствии с его задачами. Система записей на счетах организуется таким образом, чтобы была возможность контролировать затраты.

Учетные записи по счетам управленческой бухгалтерии завершаются сопоставлением дебетового и кредитового оборотов по счету «Продажи». При этом на счете «Продажи» выявляются два финансовых результата: маржинальный доход (сумма покрытия) и прибыль от продажи продукции. В табл. 1 приводится расчет себестоимости проданной продукции животноводства (молочного скотоводства) за квартал.

Для исчисления производственной себестоимости сельскохозяйственной продукции принято общепроизводственные расходы подразделять на постоянные и переменные. Таким образом, на производственную себестоимость списываются переменные производственные накладные расходы, а постоянные, подобно периодическим управленческим и сбытовым расходам, относятся на счет «Продажи».

Следовательно, запасы готовой продукции, а также корма будут оцениваться в управленческом учете по переменным производственным расходам.

При рассмотренном варианте организации управленческого учета результат производственной деятельности не подлежит

системному списанию на счет «Прибыли (убытки)» финансовой бухгалтерии. Финансовый результат полностью поглощает результат производственной (управленческой) бухгалтерии, и на него накладываются прибыли и убытки от текущих финансовых операций, разницы в оценке запасов товарно-материальных ценностей в финансовой и управленческой бухгалтериях.

В данном случае товарно-материальные ценности в финансовой бухгалтерии регистрируются всего лишь один раз в конце отчетного периода по данным инвентаризации. Эта регистрация выполняется в виде записи их стоимости в инвентаризационной оценке на активных балансовых счетах запасов товарно-материальных ценностей в корреспонденции со счетом финансовых результатов текущей деятельности. Остатки и движение товарно-материальных ценностей в течение отчетного периода отражаются на счетах производственной бухгалтерии.

При организации учета затрат и результат по этому варианту по данным счета 90 «Продажи» являются источником информации для составления калькуляции себестоимости проданной продукции. Калькулирование с использованием системы «директ-костинг» для сельскохозяйственных организаций предполагает исчисление чистой прибыли по видам продукции и по отчетным периодам.

Учет затрат и результатов с применением элементов системы «директ - костинг» имеет ряд особенностей, которые сводятся к следующему.

**Таблица 1 – Себестоимость проданной продукции животноводства (молочного скотоводства) за квартал**

№	Показатели	Сумма тыс. руб.
1.	Объем продаж	12 600
2.	Запасы готовой продукции на начало отчетного периода (счет 43)	370
3.	Производственные переменные издержки (с отчислениями, подстилка, вода, корма и т.п.)	9699
4.	Запасы готовой продукции на конец отчетного периода (счет 43)	380
5.	Себестоимость проданной продукции по переменным расходам (стр 2 + 3 - 4)	9689
6.	Постоянные общепроизводственные расходы (счет 25, субсчет «Животноводство»)	1340
7.	Итого производственных расходов	11 029
8.	Валовая прибыль (маржинальный доход) (стр 1 – 7)	1571
9.	Общехозяйственные расходы (распределяемые счета 26 в части, приходящейся на продукцию животноводства)	685
10.	Чистая прибыль (стр 8 – 9)	886

Он представляет собой интегрированную систему организации бухгалтерского финансового и управленческого учета, когда учет организуется в единой системе счетов.

По нашему мнению, для учёта затрат на производство и продажи продукции молочного скотоводства преимуществом является то, что возможно использовать элементы системы «директ-костинг» в тех организациях, в которых главные бухгалтеры считают необходимым разделять бухгалтерию на производственную и финансовую.

Одним из достоинств этого варианта учета является интеграция, сочетание в нем элементов системы «директ-костинг» и нормативного метода. Учет по этой системе может быть организован и автономно от финансовой бухгалтерии.

В соответствии с международными стандартами бухгалтерского учета и отчетности на счетах производственного учета отражаются только переменные производственные затраты, которые применяют и для оценки стоимости незавершенного производства, запасов продукции. В этом случае целесообразно использовать только один счет 37 «Производственные затраты», который является разделительным, при этом информация из финансового учета передается в производственный.

В целях контроля за затратами производства целесообразным является выявление отклонений фактических затрат от нормативных. Учет продукции необходимо вести в оценке по нормативной себестоимости. Выявленные в отчетном периоде отклонения фактической производственной себестоимости от нормативной списываются на результаты продаж в том же отчетном периоде.

Калькулирование продукции животноводства по методу «директ-костинг» в отли-

чие от продукции растениеводства возможно ежемесячно, ежеквартально. Рассмотрим это на примере продукции молочного скотоводства.

Прежде чем приступить к калькулированию, необходимо распределить производственные затраты на виды продукции, получаемой от основного стада молочного скотоводства – молоко, приплод, навоз.

Распределение производственных затрат по видам продукции за квартал представлено в табл. 2.

По методу «директ-костинг» калькулируется себестоимость проданной продукции. Методика калькулирования себестоимости продаж молока представлена в табл. 3.

По нашему мнению, изложенная методика учета затрат и калькулирования себестоимости по системе «директ-костинг» может применяться в молочном скотоводстве ежеквартально, ежемесячно, что позволит усилить контроль за формированием финансовых результатов.

При организации учета необходимо уделять внимание контролю косвенных расходов, так как они резко колеблются в расчете на единицу продукции. На практике наблюдается рост удельного веса косвенных расходов в общей сумме затрат на производство продукции молочного скотоводства.

В учете накладных расходы можно разделить на две группы: общехозяйственные (счет 26 «Общехозяйственные расходы»), которые учитываются и планируются на уровне организации в целом и общепроизводственные (счет 25 «Общепроизводственные расходы»), учитываемые и планируемые на уровне отраслей – животноводства, растениеводства, промышленного производства.

При этом общехозяйственные расходы носят четко выраженный постоянный харак-

**Таблица 2 – Распределение производственных затрат по видам продукции молочного скотоводства за квартал, (тыс. руб.)**

Затраты	Январь	Февраль	Март	Всего
Прямые	2723	3256	3720	9699
В том числе Молоко	2611	3122	3568	9301
Приплод	85	101	115	301
Навоз	27	33	37	97
Общепроизводственные	376	450	514	1340
В том числе Молоко	361	432	493	1286
Приплод	11	14	16	41
Навоз	4	4	5	13

**Таблица 3 – Методика калькулирования себестоимости молока за квартал, (тыс. руб.)**

п/п	Показатели	Январь	Февраль	Март	Всего
1.	Запасы готовой продукции на складе на начало периода	–	–	370	370
2.	Производственные затраты готовой продукции за месяц	2723	3256	3720	9699
3.	Запасы готовой продукции на складе на конец периода	–	–	380	380
4.	Себестоимость проданной продукции по переменным издержкам	2723	3256	3710	9689
5.	Общепроизводственные расходы	376	450	514	1340
6.	Всего производственных расходов	3099	3706	4224	11029
7.	Объем продаж, руб.	3700	4100	4800	12600
8.	Маржинальный доход (стр.7-стр.8)	601	394	576	1571
9.	Общехозяйственные расходы и расходы на продажу	220	228	237	685
10.	Чистая прибыль (стр.8 - стр.9)	381	166	339	886

тер, относятся к периодическим, то есть зависящим от длительности отчетного периода, и в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности могут не распределяться между объектами калькулирования, а прямо относиться на финансовые результаты.

На основании проведенного нами исследования можно сделать вывод, что такой подход к учету косвенных расходов является важной характерной особенностью системы «директ-костинг» и может быть рекомендован для применения в молочном скотоводстве сельскохозяйственных организаций.

Деление производственных накладных расходов на постоянные и переменные в учете полной себестоимости обусловлено распределением накладных расходов вспомогательных производств между собой и затем их отнесение на основное производство.

Постоянные расходы не зависят от объема производства отдельных подразделений организации. Их величина устанавливается по смете, исходя из объема деятельности подразделения, ориентированного на нормальное использование производственной мощности организации.

Для определения экономии или перерасхода накладных производственных расходов в системе счетов управленческого учета вводится специальный счет «Отклонения по накладным расходам за счет изменений объема деятельности».

Рассчитанные отклонения отражаются по дебету этого счета: перерасход обычной

затрат, экономия – красной. В конце отчетного периода учетные на этом счете отклонения списываются на дебет счета результатов.

Одним из главных принципов учета и калькулирования себестоимости по системе «директ-костинг» является то, что не определяется полная себестоимость произведенной продукции, а это не отвечает одной из основных целей отечественного бухгалтерского учета – составлению точных калькуляций.

Если рассматривать проблему относительно составления точных калькуляций, то можно сделать вывод, что не существует такой системы калькулирования затрат, которая позволила бы определить себестоимость единицы продукции со стопроцентной точностью. Любое распределение затрат на продукцию искажает фактическую себестоимость, снижает точность калькулирования. С этой точки зрения, как показывает практика, самой точной является калькуляция по прямым (перемешным) расходам, что отвечает принципам калькулирования по системе «директ-костинг». В этом случае в калькуляцию включаются расходы, непосредственно связанные с производством данного вида продукции. Таким образом, в основу исчисления себестоимости продукции должны быть положены принципы не полноты включения затрат в себестоимость, а способы их отнесения на ту или иную продукцию.

Как известно, постоянные затраты не связаны с производством конкретного вида



продукции, а носят, как правило, периодический характер и связаны с выпуском всего объема продукции. В этой связи утверждение, что эти расходы должны в обязательном порядке включаться в расчет себестоимости продукции, неправомерно.

В советском бухгалтерском учете при системе государственного централизованного ценообразования было крайне необходимо составление точных, достоверных калькуляций.

В условиях рыночной экономики сельскохозяйственные организации самостоятельно устанавливают цены на свою продукцию с учетом складывающихся на рынке спроса и предложения, и в этой связи изме-

няются задачи, стоящие перед бухгалтерским учетом и его подсистемой – калькулированием.

Калькуляция себестоимости на уровне прямых (переменных) расходов в условиях рынка связана с установлением нижнего предела цены, то есть того предела, до которого организация еще может снизить цену в случае падения спроса на ее продукцию или с целью продвижения ее на рынке.

В этой связи нет необходимости для российских организаций вести параллельный учет по двум системам, так как будет достаточно с той или иной периодичностью в зависимости от целей управления рассчитывать полную себестоимость внесистемным порядком.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Фелс Дж. М., Гарке Э. Производственные счета: принципы и практика их ведения, 1887.
2. Черч А. Г. Адекватное распределение производственных расходов, б.м.1901.
3. Клишштейн Т. Е. Учение об альтернативах в учете. – Лейпциг, 1781.
4. Курсель-Сенель Ж. Теория и практика предпринимательства в земледелии, ремесле и торговле. – Штутгарт, 1869.
5. Шмаленбах О. Основы учета себестоимости и политика цен, 1902.
6. Керимов В. Э., Комарова Н. Н., Епифанов А. А. Организация управленческого учета по системе “директ-костинг” // Аудит и финансовый анализ. 2001. № 2.

## РОЛЬ ВНУТРЕННЕЙ ОТЧЕТНОСТИ В ЖИВОТНОВОДЧЕСКОЙ СФЕРЕ ПРИ ВЫРАБОТКЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

© 2008 Г.И. Кабанова, Т.В. Осипова \*

*В статье затрагиваются вопросы, связанные с осуществлением внутрихозяйственного контроля и составлением внутренней отчетности в отрасли животноводства сельскохозяйственных организаций.*

**Ф**инансово-экономическое положение организации по производству продукции животноводства в значительной степени зависит от использования производственных ресурсов.

Одним из механизмов реализации данного направления является осуществление действенного внутреннего контроля затрат на производство и себестоимости продаж продукции животноводства. Для принятия эффективных управленческих решений руководству и специалистам сельскохозяйственных организаций необходимы достоверная и оперативная информация о фактическом использовании всех видов ресурсов, выявленных отклонениях от запланированных (сметных) показателей, и прогноз на будущее.

Таким образом, внутрихозяйственный контроль в сельском хозяйстве – это систематическая проверка всеми должностными лицами организации в пределах их компетенции выполнения приказов директора, решений совета директоров, собраний акционеров, соблюдения требований налогового законодательства, точности и полноты документального оформления хозяйственных операций, предотвращение ошибок и искажений в учете и отчетности, рациональное использование производственных ресурсов, сохранность имущества собственников и пресечение хищений, злоупотреблений

и расточительства. «Управляющий должен иметь возможность осуществлять надлежащий контроль над теми вопросами, которые охвачены его наблюдением и управлением» [1, с.275].

Следует отметить, что «внутрихозяйственный контроль рассматривается в трех основных аспектах: как функция внутрихозяйственного управления деятельностью структурных подразделений экономического субъекта; как целенаправленный вид практической деятельности, осуществляемый внутри предприятия с помощью широкого арсенала методов, приемов и процедур; как система органов (должностных лиц и служб), осуществляющих контроль за финансово-хозяйственной деятельностью структурных подразделений» [2, с. 196].

Проведенные исследования показывают, что внутренний контроль в организациях сельского хозяйства должен носить системный характер. При этом в систему внутреннего контроля должны включаться:

- использование нормативной базы как инструмента бюджетного планирования и оперативного и последующего контроля;
- организация бюджетного планирования по хозяйствующему субъекту в целом и в разрезе структурных подразделений как средство предварительного контроля;
- ведение аналитического учета по местам возникновения затрат и центрам ответ-

*К а б а н о в а Г а л и н а И л ь и н и ч н а – кандидат экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учета Российского университета кооперации.*

*О с и п о в а Т а т ь я н а В и к т о р о в н а – доцент кафедры бухгалтерского учета Российского университета кооперации.*

ственности в разрезе калькуляционных статей по усовершенствованной номенклатуре;  
- использование внутренней отчетности для отражения отклонений от запланированных результатов финансово-хозяйственной деятельности и нормативных показателей.

Так, одним из приоритетных направлений контроля являются проверка обоснованности разрабатываемых норм, а также выявление и учет отклонений фактических затрат от нормативных. В настоящее время в большинстве организаций сельского хозяйства отклонения выявляются не в процессе осуществления производства работ, а находятся расчетным путем в конце месяца. По нашему мнению, необходимо обеспечить не только оперативное выявление отклонений, но и их группировку по причинам, виновникам, ответственным и подразделениям организации.

Для достижения поставленных целей использование бюджетного планирования в отрасли животноводства в организациях сельского хозяйства позволяет решать задачи распределения всех видов ресурсов, находящихся в ее распоряжении. В результате бюджетирования хозяйствующие субъекты не просто выстраивают свою будущую деятельность, но и добиваются координации и коммуникации действий структурных подразделений организации.

Важнейшим объектом внутреннего контроля затрат и калькулирования себестоимости является учет затрат по местам из возникновения, центрам ответственности, объектам калькулирования.

Организация внутреннего контроля в отрасли животноводства организаций сельского хозяйства невозможна без системы внутренней управленческой отчетности, выполняющей функцию обратной связи в системе управления хозяйственной деятельностью. Информация обратной связи, как правило, проходит через систему внутренней управленческой отчетности, которая является неотъемлемой частью общей системы внутреннего контроля организации [3].

Внутренняя управленческая отчетность является системообразующим элементом, на котором держится вся управленческая структура [4]. Чем в большей степени руководитель ориентирован на достижение результатов, а в этом и заключается основная цель управленческого учета, тем в большей степени он нуждается в обратной связи через внутреннюю отчетность, информирующую его об эффективности деятельности центра ответ-

ственности, чем меньшей информацией обладает руководитель, тем меньше его уверенность в своих силах, тем большее беспокойство он ощущает, затрачивая огромные усилия для достижения более полного контроля [3].

Все хозяйствующие субъекты агропромышленного комплекса представляют в установленные сроки бухгалтерскую финансовую отчетность. Однако информации, содержащейся в финансовой отчетности, недостаточно для осуществления управления и контроля эффективности деятельности организации. Для целей управления необходимо составление и представление внутренней управленческой отчетности.

Внутренняя управленческая отчетность отличается от отчетности для внешних пользователей. Во-первых, она более детализирована; во-вторых, не только охватывает фактически произошедшие события и факты хозяйственной жизни, но и прогнозирует возможные последствия будущих управленческих решений; в-третьих, ее форма не регламентирована и может разрабатываться под конкретные цели управления.

В целом управленческую отчетность можно охарактеризовать как комплекс взаимосвязанных данных и расчетных показателей, отражающих функционирование организации как субъекта хозяйственной деятельности, сгруппированных в целом по организации и в разрезе структурных подразделений и являющихся важнейшим источником информации для анализа и принятия решений.

Управленческая отчетность ориентирована на внутренних пользователей, ее содержание определяется целями и задачами управления. Создание системы внутренней управленческой отчетности требует определения перечня информации, необходимой менеджерам различных структурных подразделений организации, а также частоты ее представления.

Разработка форм управленческой отчетности должна осуществляться в соответствии со следующими принципами:

- все отчеты должны быть адресными и конкретными;
- текущие отчеты должны содержать оперативную информацию, полезную для принятия управленческих решений;
- форма отчетов должна учитывать психологические особенности и уровень подготовленности конкретного менеджера, для которого предназначен отчет;
- отчеты не должны быть перегружены излишними данными, в то же время вся

представленная в них информация должна быть систематизирована;

- затраты на подготовку внутренней управленческой отчетности не должны превышать экономического эффекта от ее использования.

- иерархичность отчетов или принцип многоступенчатой отчетности по уровням управления. Этот принцип означает, что в крупных организациях внутренняя отчетность составляется по уровням управления, и по мере увеличения уровня руководства, которому представляется отчет, его детализация уменьшается.

Кроме самих форм отчетности должен быть проработан регламент их представления, передачи и обработки. В целом отчеты должны быть простыми для восприятия, содержащаяся в них информация точной и лаконичной, названия самих документов и их разделов – адекватными и понятными. Все данные, представленные в отчетах, не должны допускать неоднозначного толкования.

Требования к содержанию отчетности должны сформулировать руководители центров ответственности и другие лица, относящиеся к управленческому персоналу отрасли животноводства сельскохозяйственной организации, заинтересованные во внутренней управленческой информации. При этом управляющие должны разъяснить исполнителям, составляющим внутреннюю отчетность, какая информация, в каком виде и объеме, в какие сроки необходима. «Точность и объем приводимых данных должны варьировать в зависимости от организационно-технологических и экономических особенностей, присущих конкретному предприятию и конкретному объекту управленческого учета, цели управления применительно к данному объекту учета, содержанию полномочий и ответственности, которые делегированы конкретному структурному подразделению и его менеджеру» [5, с. 429].

Изучение экономической литературы позволяет выделить требования к внутренней управленческой информации, к которым относятся:

- гибкая, но единообразная структура;
- понятность и обозримость информации;
- оптимальная частота представления;
- пригодность для анализа и оперативного контроля.
- пригодность для принятия эффективных управленческих решений.

Доступность представленной информации является одним из важнейших требований к от-

четности. Содержание отчета ни в коем случае не должно допускать неоднозначного толкования. Как подчеркивает В.Б. Ивашкевич, «отчет должен быть достаточно простым, понятным, лаконичным... Названия форм отчетности и ее разделов необходимо сформулировать так, чтобы исполнителю и пользователю было ясно их назначение и особенности» [6, с. 520].

Частота представления и детальность отчетов зависят, с одной стороны, от уровня управления, для которого они составляются; с другой стороны, от экономической целесообразности такой работы. Менеджерам нижнего звена, как правило, необходимы более частые и подробные отчеты, высшему руководству – значительно более обобщенные, представляемые не чаще двух раз в месяц.

Необходимо отметить, что специфика деятельности организаций по производству продукции животноводства обуславливает свои требования и к содержанию управленческой отчетности. Прежде всего, это связано с такой особенностью животноводства, как несоответствие цикла производства с календарным годом, вызванной технологией производства живой массы животных. Так, для наращивания живой массы крупного рогатого скота (КРС) требуется не год, а более длительный период.

В целом всю информацию, отражаемую в управленческой отчетности по производству продукции животноводства, можно представить в виде следующих блоков:

- проекты решений по инвестициям в отрасль животноводства, включающие инвестиции по улучшению породного состава животных, внедрению прогрессивных технологий воспроизводства стада;
- прогнозы поступлений денежных средств;
- анализ источников финансирования, потребности в новых источниках и изменений в них;
- результаты производственной деятельности и прибыль;
- платежеспособность в краткосрочной и долгосрочной перспективе и управление потоками денежных средств;
- возможные управленческие воздействия;
- интерпретация данных и пояснения для руководства.

Правильно составленная и своевременная представленная отчетность позволяет обеспечить решение следующих задач:

- выявление существующих проблем и недостатков;

- выделение моментов, указывающих на потенциальные проблемы в будущем;
- всеохватывающий и оперативный обзор деятельности;
- расчеты и информирование о фактической эффективности и рентабельности деятельности;
- группировка и анализ информации для выбора оптимальных вариантов решения проблем, возникающих в ходе деятельности;
- представление информации для принятия стратегических решений.

Для каждого из направлений хозяйственной деятельности, осуществляемых сельскохозяйственной организацией, целесообразно формировать отдельные формы управленческой отчетности, то есть система отчетов должна быть реструктурирована. При этом минимальный объем отчетных форм должен включать в себя:

- накопительные ведомости по структурным подразделениям, центрам ответственности, видам или группам продукции, статьям бюджета;
- сводки – краткие сведения о деятельности подразделения на конкретную дату;
- итоговые отчеты – отчеты, представляющие результаты деятельности организации в целом и ее структурных подразделений за определенный период.

Система управленческой отчетности накладывается на организационную структуру сельскохозяйственной организации исходя как из структуры, так и из функций, выполняемых отдельными менеджерами.

В первом случае отчетность делится на отчетность, представляемую для высшего руководства структурных подразделений и отчетность для менеджеров низшего уровня управления. При этом различают оперативные, текущие и сводные отчеты. Оперативные представляются ежемесячно, еженедельно или ежедневно на нижнем уровне управления в центрах ответственности, содержат подробную информацию

для принятия текущих решений. Текущие отчеты содержат обработанную и синтезированную информацию для среднего уровня управления в центрах прибыли, центрах инвестиций, составляются с периодичностью от ежемесячного до ежеквартального. Сводные отчеты представляются с периодичностью от одного раза в месяц до одного раза в год для высшего управленческого звена; на их основе принимаются стратегические решения и осуществляется общий контроль деятельности и контроль управленческого персонала на среднем и нижнем уровне.

Во втором случае все отчеты выделяют в зависимости от охваченных ими процессов:

- 1) закупки кормов;
- 2) производства;
- 3) продажи.

По содержанию все отчеты, составляемые в управленческом учете, делятся на комплексные, отчеты по ключевым позициям (тематические) и аналитические отчеты.

Комплексные отчеты характеризуют деятельность организаций сельского хозяйства в целом и их отдельных структурных подразделений. Они составляются с заданной периодичностью по итогам работы за месяц или иной отчетный период (квартал, полугодие, год) и содержат информацию о выполнении планов, о структуре доходов и расходов организации, величине задолженности, движении денежных средств и т.д.

Отчеты по ключевым позициям (тематические) представляются по мере необходимости и содержат информацию о наиболее важных для успешного функционирования организации показателях.

Аналитические отчеты готовятся только по запросам управляющих и содержат информацию, раскрывающую причины и следствия результатов работы организации по отдельным аспектам деятельности.

Внутренняя отчетность каждой организации индивидуальна, поэтому здесь не может быть стандартного набора документов с едиными формами и информационной структурой.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. *Вандер Вил Р., Палий В.Ф.* Управленческий учет. – М.: Инфра-М, 1997.
2. *Риполь-Сарагоси Ф.Б., Моргунов Р.В.* Комментарий к составу затрат. – М.: Приор, 2000.
3. *Палий В.Ф.* Современный бухгалтерский учет. – М.: Бухгалтерский учет, 2003.
4. *Акиурин Е.В., Солодко Л.П., Казин А.В.* Управленческий учет. – М.: Проспект, 2004.
5. Управленческий учет: Учебное пособие / Под ред. А.Д. Шеремета. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2000.
6. *Ивашкевич В.Б.* Бухгалтерский управленческий учет. – М.: Юристъ, 2003.

## МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ

УДК 334.012.42

# МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

© 2008 В.М. Лаврушин

*Моделирование динамики показателей деятельности коммерческих организаций дает представление об адаптации предприятия к современным рыночным условиям хозяйствования, позволяет не только выработать стратегию и тактику поведения коммерческих предприятий, но и существенно повысить эффективность управления ими.*

В современных условиях рыночного хозяйствования наблюдается значительное повышение интереса к проблемам организации коммерческой деятельности. Коммерческая деятельность становится определяющим направлением в работе не только торговых, но и производственных, финансовых, транспортных, сервисных предприятий, учреждений сферы услуг, физических лиц. В настоящий момент подавляющее большинство предприятий и организации в той или иной мере причастно к сфере обращения.

Становление рыночных взаимоотношений требует адекватных подходов к анализу тенденций развития коммерческих организаций. Это обуславливает необходимость уделять особое внимание моделированию динамики показателей деятельности коммерческих предприятий как важнейшей составляющей экономической системы страны.

Моделирование динамики начинают с графического изображения временных рядов и расчета показателей изменения их уров-

ней. Вместе с тем графический метод и расчет аналитических показателей рядов динамики позволяют делать лишь предварительные выводы о характере их поведения. Для более глубокого количественного и качественного моделирования исследуемых временных рядов необходим дополнительный анализ, основанный на разложении и изучении компонентов рядов.

При исследовании временных рядов принято выделять следующие компоненты:

1. Тренд.
2. Циклические (периодические) колебания, в том числе сезонные.
3. Случайные колебания.

Все компоненты временных рядов взаимосвязаны между собой и являются теоретическими понятиями. С этой точки зрения разделение рядов на компоненты – это теоретическая абстракция, так как данное разделение является чисто математической процедурой и осуществляется на базе статистических методов. Однако, несмотря на условность такого расчленения

---

*Лаврушин Владимир Михайлович – кандидат экономических наук, доцент кафедры товароведения и коммерции Смоленского филиала Российского университета кооперации.*

фактических уровней рядов, данный метод часто оказывается довольно полезным при решении разных проблем моделирования и прогнозирования на базе рядов динамики.

Прежде чем перейти к определению и выделению тренда, необходимо проверить гипотезу о том, существует ли вообще тенденция в исследуемом процессе. В настоящий момент известно около десятка критериев для решения этой задачи. На практике наиболее часто используются критерий серий, основанный на медиане выборки и метод Фостера – Стюарта.

Первый критерий основан на сравнении исходных уровней и медианы  $M_e$  временного ряда и формировании последовательности серий из плюсов и минусов. Если уровень ряда больше медианы, вместо него ставится плюс, меньше – минус, равен – значение пропускается. Образованная таким образом последовательность плюсов и минусов характеризуется числом серий  $v(n)$  и протяженностью самой длинной серии  $\tau_{\max}(n)$ .

Чтобы не была отвергнута гипотеза о случайности исходного ряда, должны выполняться следующие неравенства (для 5% уровня значимости):

$$\begin{cases} \tau_{\max}(n) < [3,3(\lg n + 1)] \\ v(n) > \left[ \frac{1}{2}(n + 1 - 1,96\sqrt{n-1}) \right] \end{cases} \quad (1)$$

Если хотя бы одно из неравенств нарушается, гипотеза об отсутствии тренда отвергается [5, 13-14].

Следует отметить, что при проверке статистических гипотез немаловажным является вопрос о выборе величины уровня значимости. Из всех используемых на практике значений уровня значимости величина 0,05 является особенно распространенной [1, 287]. Во многих научных исследованиях уровень значимости, равный 0,05, рассматривается как приемлемая граница уровня ошибки [4, 124].

Метод Фостера – Стюарта дает надежные результаты и обладает большими возможностями по сравнению с другими методами. Он, в частности, помимо выявления наличия тенденции развития позволяет выявить тренд дисперсии уровней временного ряда, что важно знать при моделировании и прогнозировании социально-экономических явлений и процессов.

Метод основан на проверке с использованием  $t$  – критерия Стюдента гипотезы

о том, можно ли считать случайным разности  $S - \mu$  и  $d - \mu$ :

$$t_s = \frac{S - \mu}{\sigma_1} \quad (2)$$

$$t_d = \frac{d - 0}{\sigma_2} \quad (3)$$

где:  $\mu$  – среднее значение величины  $S$ , определенное для ряда, в котором уровни расположены случайным образом;

$\sigma_1$  – стандартная ошибка величины  $S$ ;

$\sigma_2$  – стандартная ошибка величины  $d$ .

Величины  $\mu$ ,  $\sigma_1$  и  $\sigma_2$  – табличные значения.

Результатом проверки гипотезы является сравнение расчетных величин  $t_s$  и  $t_d$  с табличным  $t_{\text{таб.т}}$  при заданном уровне вероятности. Если табличные значения критерия превышают расчетные, гипотеза об отсутствии тренда в средней и дисперсии подтверждается [9, 354-355].

После установления наличия тенденции в исследуемых рядах динамики переходят к ее выявлению и описанию. Для этого используются следующие основные методы:

- метод скользящего среднего,
- метод аналитического выравнивания.

Скользящие средние являются важным инструментом при фильтрации компонентов рядов динамики, поскольку позволяют сгладить как периодические, так и случайные колебания.

Сглаживание скользящими средними часто дополняют медианным сглаживанием. Основное преимущество медианного сглаживания, в сравнении со сглаживанием скользящими средними, состоит в том, что результаты расчетов становятся более устойчивыми к выбросам, имеющимся внутри интервала сглаживания. Таким образом, если в рядах данных имеются выбросы, то сглаживание медианой обычно приводит к более гладким (или, по крайней мере, более «надежным» кривым), по сравнению со скользящим средним с тем же самым интервалом сглаживания. Основной недостаток медианного сглаживания в том, что при отсутствии явных выбросов, он приводит к более «зубчатым», чем сглаживание скользящими средними, кривым.

Аналитическое выравнивание динамики показателей является наиболее эффективным

способом выявления основной тенденции развития процесса [7,237]. Цель аналитического выравнивания временного ряда - определение аналитической зависимости  $f(t)$ .

Аналитическое выравнивание может быть осуществлено по любому рациональному многочлену. На практике чаще всего используются следующие функции:

- линейная,
- параболическая,
- экспоненциальная,
- логарифмическая,
- гиперболическая.

При оценке параметров уравнений используется метод наименьших квадратов, который обеспечивает наименьшую сумму квадратов отклонений фактических уровней рядов динамики от выровненных.

Для выявления наилучшего уравнения тренда определяются значения стандартной ошибки оценки и скорректированного коэффициента детерминации. При этом наилучшим уравнением тренда будет являться то, для которого минимальна стандартная ошибка и максимален коэффициент детерминации.

Следует отметить, что чем сложнее уравнение линии тренда, чем большее число параметров оно содержит, тем труднее дать надежную оценку этих параметров по ограниченному числу уровней ряда и тем больше ошибка оценки этих параметров. Поэтому для описания тенденции развития явлений и процессов в ряде случаев целесообразно ограничиться полиномами невысоких степеней.

Следующим шагом в моделировании рядов динамики является оценка надежности параметров трендов. Она осуществляется путем сравнения их значения со значением выборочного среднего квадратического отклонения  $S(t)$ :

$$S(t) = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_i)^2}{n - p}} \quad (4)$$

где:  $p$  - число параметров в уравнении тренда.

Надежность проверяется для основного параметра тренда. При линейном тренде им является средний абсолютный прирост, при параболическом - среднее абсолютное ускорение.

Средняя ошибка репрезентативности линейного тренда при отсчете  $t$  от начала ряда рассчитывается из соотношения:

$$m_b = \frac{S(t)}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (t_i - \bar{t})^2}} \quad (5)$$

Для основного параметра параболы с средняя ошибка репрезентативности выборочной оценки параметра, если отсчет времени начинается от начала ряда, вычисляется по формуле:

$$m_c = \frac{S(t)}{\sqrt{(t_i - \bar{t})^4 - [(t_i - \bar{t})^2]^2}} \quad (6)$$

Отношение среднегодового изменения к его средней ошибке представляет собой  $t$  - критерий Стьюдента для линейного и параболического трендов соответственно:

$$t = \left| \frac{b}{m_b} \right| \quad (7)$$

$$t = \left| \frac{c}{m_c} \right| \quad (8)$$

Величина критерия сравнивается с табличной величиной критерия Стьюдента при уровне значимости  $\alpha$  для  $n - p$  степеней свободы. Параметр признается статистически значимым, если фактическая величина  $t_{\text{ф}}$  больше критической  $t_{\text{кр}}$ .

Для выявления периодической составляющей моделируемых рядов динамики рассчитываются индексы сезонности и коэффициенты автокорреляции отклонений от тренда. При расчете последней величины используют правило, согласно которому для обеспечения статистической достоверности коэффициентов автокорреляции максимальный лаг должен быть не больше  $n/4$  [8,103; 6,480]. Для моделирования периодически изменяющихся уровней динамических рядов служит ряд Фурье.

Если значения индексов сезонности мало отличаются от величины 100 %, то может быть сделан вывод о несущественности сезонных колебаний в исследуемых временных рядах. Коэффициенты автокорреляции первого порядка, не превышающие 0,3 по абсолютной величине, свидетельствуют о преобладании случайной компоненты в общем комплексе колебаний [2,91].

В случае установления несущественности сезонных колебаний переходят к проверке адекватности выбранных моделей. Считается, что модель адекватна исследуемому процессу,



если значения случайной компоненты ряда динамики удовлетворяют свойствам случайности, независимости, а также подчиняются нормальному закону распределения [5,36].

В первом случае необходимо проверить гипотезу о наличии тенденции в изменении значений случайной компоненты, для чего используют критерий серий.

Независимость последовательности значений случайной компоненты заключается в отсутствии автокорреляции остатков. Другим распространенным и достаточно надежным методом решения этой задачи является критерий Дарбина – Уотсона. Статистика критерия имеет вид:

$$d = \frac{\sum_{t=1}^n (\varepsilon_{t+1} - \varepsilon_t)^2}{\sum_{t=1}^n \varepsilon_t^2} \quad (9)$$

где:  $\varepsilon_t = y_t - \bar{y}_t$

Величина  $d$  может быть приближенно определена через коэффициент автокорреляции первого порядка  $r_1$  из соотношения:  $d \approx 2 \cdot (1 - r_1)$  [10,276].

Данная величина имеет значения от 0 до 4. Для проверки гипотезы об отсутствии автокорреляции остатков по специальным таблицам определяется величина  $d_n$ . Если  $d$  на-

ходится в интервале от  $d_n$  до  $4 - d_n$ , то нет оснований отвергать нулевую гипотезу [6,172].

Для проверки нормальности распределения остатков применяют графическое изображение ряда на нормальной вероятностной бумаге. Если остатки нормальны, они хорошо ложатся на прямую [3,413]. Применение более сложных критериев для решения этой задачи, в частности, критерия согласия  $\chi^2$  Пирсона, оправдано только при значительной длине исследуемых рядов.

Если выдвинутые предположения о случайности, независимости и подчиненности нормальному закону распределения остатков исследуемых динамических рядов выполняются, можно сделать вывод об адекватности построенных моделей показателей деятельности коммерческих организаций исследуемому процессу.

Моделирование динамики показателей деятельности коммерческих организаций дает представление об адаптации предприятия к современным рыночным условиям хозяйствования, позволяет не только выработать стратегию и тактику поведения коммерческих предприятий, но и существенно повысить эффективность управления ими. Применение моделирования позволяет хозяйствующим субъектам определять слабые и сильные стороны коммерческой деятельности и сконцентрировать все условия на направлениях, являющихся наиболее перспективными и доходными.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Айвазян С.А., Мхитарян В.С. Прикладная статистика и основы эконометрики. Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ, 1998.
2. Афанасьев В.Н., Юзбашев М.М. Анализ временных рядов и прогнозирование: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001.
3. Боровиков В.П., Боровиков И.П. STATISTICA: Статистический анализ и обработка данных в среде Windows. Изд. 2-е, стереотип. – М.: Информационно-издательский дом «Филинъ», 1998.
4. Боровиков В. STATISTICA: Искусство анализа данных на компьютере. Для профессионалов. – СПб.: Питер, 2001.
5. Дуброва Т.А. Статистические методы прогнозирования в экономике: Учеб. пособие / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М.: МЭСИ, 2002.
6. Кремер Н.Ш., Путко Б.А. Эконометрика: Учебник для вузов / Под ред. проф. Н.Ш. Кремера. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
7. Практикум по теории статистики: Учеб. пособие / Под ред. проф. Р.А. Шмойловой. – М.: Финансы и статистика, 1998.
8. Статистическое моделирование и прогнозирование: Учеб. пособие / Под ред. А.Г. Гранберга. – М.: Финансы и статистика, 1990.
9. Теория статистики: Учебник / Под ред. проф. Р.А. Шмойловой. – 3-е изд., перераб. – М.: Финансы и статистика, 2000.
10. Эконометрика: Учебник / Под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2002.

# ЗАВИСИМОСТЬ ИЗМЕНЕНИЯ БЛАГОСОСТОЯНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ ОТ ИЗМЕНЕНИЯ ЦЕН ДЛЯ ОДНОГО ВИДА ФУНКЦИИ ПОЛЕЗНОСТИ

© 2008 Б.И. Олейников\*

*В статье поставлена и решена задача определения величины изменения затрат потребителя (изменение его благосостояния) на приобретение благ из определенного набора при изменении цен на эти блага.*

## 1. Постановка задачи.

Пусть для потребителя  $\vec{X} = (x_1, x_2, \dots, x_n)$  - набор потребительской корзины, где  $x_i$ ,  $i = 1, 2, \dots, n$  - количество единиц потребляемого  $i$ -го блага (товара),  $\vec{P} = (p_1, p_2, \dots, p_n)$  - вектор цен благ,  $p_i$ ,  $i = 1, 2, \dots, n$  - цена единицы  $i$ -го блага. Функция полезности потребителя пусть имеет вид:

$$U(\vec{X}) = A \cdot x_1^{\alpha_1} \cdot x_2^{\alpha_2} \cdot \dots \cdot x_n^{\alpha_n} = A \cdot \prod_{i=1}^n x_i^{\alpha_i}$$

Несложно показать [1, 2], что такая функция обладает всеми свойствами функции полезности. Пусть доход потребителя составляет  $K$  (руб.) и полностью расходуется на приобретение  $\vec{X}$  благ.

Как известно, задача выбора потребителем оптимального набора  $\vec{X}^* = (x_1^*, x_2^*, \dots, x_n^*)$  сводится к решению следующей задачи нелинейного программирования:

$$(1) \quad U(\vec{X}) \rightarrow \max$$

$$U(\vec{X}) = A \cdot x_1^{\alpha_1} \cdot x_2^{\alpha_2} \cdot \dots \cdot x_n^{\alpha_n} \rightarrow \max$$

$$(2) \quad \begin{cases} (\vec{X} \cdot \vec{P}) \leq K \\ \vec{X} \geq 0, \vec{P} > 0 \end{cases}$$

$$\text{или} \quad \begin{cases} x_1 p_1 + x_2 p_2 + \dots + x_n p_n \leq K \\ x_i \geq 0, p_i > 0, i = 1, 2, \dots, n \end{cases}$$

Решение задачи (1), (2)  $\vec{X}^*$  доставляет максимум функции полезности  $U(\vec{X})$ :  
 $\max U(\vec{X}) = U(\vec{X}^*) = U^*$ .

Пусть цены на блага изменились и задача новым вектором цен благ  $\vec{P}^1 = (p_1^1, p_2^1, \dots, p_n^1)$ . В этом случае для потребителя оптимальным будет другой набор товаров  $\vec{X}^{1*} = (x_1^{1*}, x_2^{1*}, \dots, x_n^{1*})$  и другое максимальное значение функции полезности  $\max U(\vec{X}) = U(\vec{X}^{1*}) = U^{1*}$ , которые также являются решением задачи (1), (2) для новых значений цен и затрат.

Цель настоящей работы – определить величину изменения благосостояния потребителя в результате изменения цен, **при условии**, что при изменившихся размерах потребления каждого из благ функция полезности потребителя останется неизменной, т.е.  $U(\vec{X}^*) = U(\vec{X}^{1*})$  и потребитель не проиграл в полезности.

2. Основные результаты.

При изменении цен потребитель для сохранения уровня полезности потребляемых благ должен изменить величину затрат до значения  $K^1$ . Изменение его благосостояния тогда определится как разность

$$\Delta K = K^1 - K \quad (3)$$

и задача сводится к нахождению  $K^1$  и  $K$  при условии  $U(\bar{X}^*) = U(\bar{X}^1)$ .

Решение задачи (1), (2) может быть найдено методом множителей Лагранжа:

а)  $L(x_1, x_2, \dots, x_n, \lambda) = L(\bar{X}, \lambda)$  - функция Лагранжа

$$L(\bar{X}, \lambda) = U(x_1, x_2, \dots, x_n) + \lambda \cdot (x_1 p_1 + x_2 p_2 + \dots + x_n p_n - K)$$

или

$$L(\bar{X}, \lambda) = A \cdot x_1^{\alpha_1} x_2^{\alpha_2} \cdot \dots \cdot x_n^{\alpha_n} + \lambda \cdot (x_1 p_1 + x_2 p_2 + \dots + x_n p_n - K)$$

б) оптимальное решение задачи является решением следующей системы уравнений:

$$\begin{cases} \frac{\partial L}{\partial x_1} = 0 \\ \frac{\partial L}{\partial x_2} = 0 \\ \dots \\ \frac{\partial L}{\partial x_n} = 0 \\ \frac{\partial L}{\partial \lambda} = 0 \end{cases}$$

$$\begin{cases} \frac{\partial U}{\partial x_1} + \lambda p_1 = 0 \\ \frac{\partial U}{\partial x_2} + \lambda p_2 = 0 \\ \dots \\ \frac{\partial U}{\partial x_n} + \lambda p_n = 0 \\ x_1 p_1 + x_2 p_2 + \dots + x_n p_n - K = 0 \end{cases}$$

Обозначив  $\frac{\partial U}{\partial x_i} = U'_i, i=1,2,\dots,n$ , полу-

чим, что

$$U'_i = A \cdot \alpha_i \cdot x_1^{\alpha_1} x_2^{\alpha_2} \cdot \dots \cdot x_i^{\alpha_i-1} \cdot \dots \cdot x_n^{\alpha_n} = \frac{\alpha_i U}{x_i}$$

$$\text{и } \frac{U'_i}{p_i} = \frac{\alpha_i U}{x_i p_i} = -\lambda, i=1,2,\dots,n.$$

Откуда следует, что

$$\frac{\alpha_i}{x_i p_i} = \frac{\alpha_j}{x_j p_j}$$

или

$$\frac{x_i p_i}{\alpha_i} = \frac{x_j p_j}{\alpha_j}, i, j = 1, 2, \dots, n$$

Поэтому оптимальное решение задачи является решением совокупности из  $n$  систем, каждая из которых содержит  $n$  линейных уравнений:

$$(7) \quad \begin{cases} i=1,2,\dots,n \\ \left\{ \begin{array}{l} \frac{x_i p_i}{\alpha_i} = \frac{x_j p_j}{\alpha_j}, j=1,2,\dots,n, j \neq i \\ x_1 p_1 + x_2 p_2 + \dots + x_i p_i + \dots + x_n p_n = K \end{array} \right. \end{cases}$$

Это решение дает оптимальные значения потребления  $i$ -го блага  $x_i^*$ , ( $i=1,2,\dots,n$ ) таких, что  $U(\bar{X}^*) = \max U(\bar{X}) = U^*$ . Песложно показать, что решение задачи имеет вид:

$$(8) \quad x_i^* = \frac{K}{p_i} \cdot \frac{\alpha_i}{\sum_{i=1}^n \alpha_i}, i=1,2,\dots,n$$

$$(9) \quad U^* = A \cdot \frac{K^{\sum_{i=1}^n \alpha_i}}{\sum_{i=1}^n \alpha_i} \prod_{i=1}^n \left( \frac{\alpha_i}{p_i} \right)^{\alpha_i}$$

Будем считать, что при изменении цен на блага затраты потребителя также изменятся и будут составлять величину  $K^1$ . В этих условиях задача потребительского выбора сводится к решению задачи (1), (2) для новых значений цен и затрат:

$$U(\bar{X}) = A \cdot x_1^{\alpha_1} \cdot x_2^{\alpha_2} \cdot \dots \cdot x_n^{\alpha_n} \rightarrow \max$$

$$\begin{cases} x_1 p_1^1 + x_2 p_2^1 + \dots + x_n p_n^1 \leq K^1 \\ x_i \geq 0, p_i^1 > 0, i = 1, 2, \dots, n \end{cases}$$

Решение этой задачи аналогично решению предыдущей и дает следующий результат:

$$(10) \quad x_i^{1*} = \frac{K^1}{p_i^1} \cdot \frac{\alpha_i}{\sum_{i=1}^n \alpha_i}, \quad i = 1, 2, \dots, n$$

и

$$(11) \quad U^{1*} = A \cdot \frac{(K^1)^{\sum_{i=1}^n \alpha_i}}{\sum_{i=1}^n \alpha_i} \prod_{i=1}^n \left( \frac{\alpha_i}{p_i^1} \right)^{\alpha_i}$$

Используя (9), из условия  $U^* = U^{1*}$  найдем  $K^1$ , и, следовательно  $\Delta K$ .

$$(12) \quad K^1 = K \cdot \prod_{i=1}^n \left( \frac{p_i^1}{p_i} \right)^{\frac{\alpha_i}{\sum_{i=1}^n \alpha_i}}$$

$$(13) \quad \begin{aligned} \Delta K &= K \cdot \left[ \prod_{i=1}^n \left( \frac{p_i^1}{p_i} \right)^{\frac{\alpha_i}{\sum_{i=1}^n \alpha_i}} - 1 \right] = \\ &= K \cdot \left[ \left( \frac{p_1^1}{p_1} \right)^{\frac{\alpha_1}{\sum_{i=1}^n \alpha_i}} \cdot \left( \frac{p_2^1}{p_2} \right)^{\frac{\alpha_2}{\sum_{i=1}^n \alpha_i}} \cdot \dots \cdot \left( \frac{p_n^1}{p_n} \right)^{\frac{\alpha_n}{\sum_{i=1}^n \alpha_i}} - 1 \right] \end{aligned}$$

Пусть  $\left( \frac{p_i^1}{p_i} \right) = z_i$  - коэффициент изменения цены  $i$ -го блага

$$z_i = \frac{p_i + \Delta p_i}{p_i} = 1 + \frac{\Delta p_i}{p_i} = 1 + \delta p_i$$

где  $\Delta p_i$  - абсолютное,  $\delta p_i$  - относительное изменение цены.

Очевидно, что для  $i$ -го блага коэффициент  $z_i = 1$ , если цена на это благо не изменилась,  $z_i > 1$  при повышении цены,  $z_i < 1$  при ее снижении. Отметим, что при изменении благосостояния потребителя ( $\Delta K \neq 0$ ) изменится потребление и тех благ, цена на которые не изменилась. Величина изменения уровня потребления  $i$ -го блага  $\Delta x_i^*$  следует из (8) и (10):

$$(14) \quad \begin{aligned} \Delta x_i^* &= x_i^{1*} - x_i^* = \\ &= \left( \frac{K^1}{p_i^1} - \frac{K}{p_i} \right) \cdot \frac{\alpha_i}{\sum_{i=1}^n \alpha_i} = \\ &= K \cdot \left( \frac{1 + \Delta K/K}{p_i^1} - \frac{1}{p_i} \right) \cdot \frac{\alpha_i}{\sum_{i=1}^n \alpha_i} \end{aligned}$$

Выражение (13) можно записать в виде:

$$(15) \quad \Delta K = K \cdot (Z - 1)$$

Из (15) следует, что при  $Z \leq 1$  благосостояние потребителя не ухудшается, а при  $Z < 1$  - улучшается; при  $Z > 1$  благосостояние потребителя ухудшается, т.к. для сохранения уровня полезности после изменения цен он вынужден затрачивать на приобретение благ на величину  $\Delta K > 0$  большую сумму.

### 3. Пример.

Пусть  $U = 4x_1^{1/2} x_2^{1/3} x_3^{1/4} x_4^{2/7}$  - функция полезности потребителя. Цены на каждый из четырех видов благ:  $p_1 = 12$  ден. ед.,  $p_2 = 9$  ден. ед.,  $p_3 = 8$  ден. ед.,  $p_4 = 7$  ден. ед. Цена на 1-й вид благ снизилась на 3 ден. ед., на 2-й и 3-й виды - повысилась на 2 ден. ед., на 4-й - не изменилась. Как изменится благосостояние потребителя в результате изменения цен, если после их изменения потребитель решил не изменять уровня полезности потребляемых благ? Для каких видов благ в результате изменения цен изменилось потребление и на сколько, если на все виды благ потребитель до изменения цен расходовал 2000 ден. ед?

Решение. В соответствии с выражениями (13) и (15) имеем:

$$\Delta K = K \cdot \left[ \left( \frac{p_1^1}{p_1} \right)^{\frac{\alpha_1}{\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4}} \cdot \left( \frac{p_2^1}{p_2} \right)^{\frac{\alpha_2}{\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4}} \cdot \left( \frac{p_3^1}{p_3} \right)^{\frac{\alpha_3}{\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4}} \cdot \left( \frac{p_4^1}{p_4} \right)^{\frac{\alpha_4}{\alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4}} - 1 \right]$$

$$\begin{aligned}
 &= K \cdot \left[ \left( \frac{9}{12} \right)^{\frac{1}{2}/\frac{115}{84}} \cdot \left( \frac{11}{9} \right)^{\frac{1}{3}/\frac{115}{84}} \cdot \left( \frac{10}{8} \right)^{\frac{1}{4}/\frac{115}{84}} \cdot 1 - 1 \right] = \\
 &= K \cdot \left[ 0,75^{\frac{42}{115}} \cdot 1,22^{\frac{28}{115}} \cdot 1,25^{\frac{21}{115}} - 1 \right] = \\
 &= K \cdot [0,900 \cdot 1,050 \cdot 1,042 - 1] = \\
 &= K \cdot [0,985 - 1] = -0,015 \cdot K = -30
 \end{aligned}$$

Благосостояние потребителя в результате изменения цен не ухудшится, а точнее, он выиграет в своем бюджете 30 ден. ед., или 1,5 % от прежних затрат.

Вычисления по формуле (14) для  $K = 2000$  и  $K^1 = 1970$  показывают, что потребление первого вида благ повысится на 19 ед., второго, третьего и четвертого – понизится соответственно на 10,5; 9,7 и 0,9 ед.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Лиманов С.А. Введение в математическую экономику. – М.: Наука, 1984.
2. Замков О.О., Толстопятенко А.В., Черемных Ю.Н. Математические методы в экономике. – М.: МГУ, 2001.

## УПРАВЛЕНИЕ ПРИ СМЕЩЕННОМ КРИТЕРИИ ОПТИМАЛЬНОСТИ: РЕШЕНИЕ С ПОМОЩЬЮ УРАВНЕНИЯ БЕЛМАНА

© 2008 М.М. Ермилов, Е.А. Саенко\*

*Рассматривается обобщение одной из известных задач теории оптимального управления, в которой уравнение состояния является линейным.*

Одной из наиболее типичных проблем экономики является определение такого управления предприятием либо отраслью, которое в некотором смысле будет наилучшим. В настоящее время наиболее развитой и обоснованной следует признать математическую теорию оптимального управления. Исходный пункт этой теории состоит во введении неотрицательной числовой меры, которая характеризует отклонение реальных текущих значений показателей данной системы от желаемых. Вид конкретной функции, задающей эту меру, может меняться в весьма широких пределах. Как правило, речь идет о процессе, продолжающемся некоторое время; поэтому в качестве критерия оптимальности берется усредненное значение меры отклонения. При рассмотрении непрерывного процесса в качестве средства усреднения берется интеграл по всему времени наблюдения. Перейдем к математической формализации задачи.

Предполагается, что состояние системы характеризуется  $n$ -мерным вектором:

$$x_t = (x_{1t} \quad x_{2t} \quad \dots \quad x_{nt}),$$

координаты которого  $x_{it} = x_i(t)$  равны числовым значениям соответствующих показателей. Предполагается, что эволюция изменения этого

вектора определяется линейным дифференциальным уравнением:

$$\frac{\partial x}{\partial t} = A(t)x + B(t)u + h \quad (1)$$

Здесь  $A_t = A(t), B_t = B(t)$  - заданные непрерывные матрицы (они, в частности, могут быть постоянными); векторы:

$$\begin{aligned} x_t &= x(t) = (x_1 \quad x_2 \quad \dots \quad x_n)^T \\ u_t &= u(t) = (u_1 \quad u_2 \quad \dots \quad u_r)^T; \\ h_t &= h(t) = (h_1 \quad h_2 \quad \dots \quad h_n)^T \end{aligned} \quad (2)$$

Векторная функция  $h_t$  считается известной; именно она представляет собой смещение по сравнению с обычной постановкой задач такого рода. Далее,  $r$ -мерный вектор  $u_t$  называется управляющим. Верхним индексом  $T$  обозначено транспонирование. Временной промежуток будем считать заданным:  $t \in [0, T]$ . В качестве критерия оптимальности взят квадратичный функционал:

$$J[u] = x_T^T \cdot F \cdot x_T + \int_0^T (x_t^T Q_t x_t + u_t^T R_t u_t) dt \rightarrow \min(u) \quad (3)$$

Здесь  $F, Q_t, R_t$  - заданные неотрица-

*Ермилов Михаил Михайлович – старший преподаватель кафедры математики и экономико-статистического моделирования Российского университета кооперации.*

*Саенко Евгения Анатольевна – доцент кафедры математики и экономико-статистического моделирования Российского университета кооперации.*

тельные матрицы.

Вектор состояния  $\mathbf{x}_t$  и вектор управления  $\mathbf{u}_t$  требуется определить как функции времени. Будем решать эту задачу методом динамического программирования, воспользовавшись некоторыми результатами, полученными в [1]. Согласно этому методу, вводится в рассмотрение функция  $S = S(t, \mathbf{x})$ , удовлетворяющая дифференциальному уравнению Беллмана:

$$-\frac{\partial S}{\partial t} = \min_{\mathbf{u} \in R} \left[ \mathbf{x}^T \mathbf{Q} \mathbf{x} + \mathbf{u}^T \mathbf{R} \mathbf{u} + \frac{\partial S}{\partial \mathbf{x}} \cdot (\mathbf{A} \mathbf{x} + \mathbf{B} \mathbf{u} + \mathbf{h}) \right]; \quad (4)$$

$$S(T, \mathbf{x}) = \mathbf{x}_T^T \cdot \mathbf{F} \cdot \mathbf{x}_T$$

Решение уравнения (4) А.М. Летов [2] предложил искать в следующем виде:

$$S = \mathbf{x}^T \mathbf{K}_t \mathbf{x} + \mathbf{g}_t^T \mathbf{x} + \mathbf{f}_t,$$

где  $\mathbf{K}_t$  - неизвестная симметричная матрица, зависящая от времени;  $\mathbf{g}_t, \mathbf{f}_t$  - векторные функции времени, которые также требуется определить. Воспользуемся известными дифференциальными векторно-матричными равенствами:

$$\frac{\partial S}{\partial t} = \mathbf{x}^T \frac{\partial \mathbf{K}}{\partial t} \mathbf{x} + \frac{\partial \mathbf{g}^T}{\partial t} \mathbf{x} + \frac{\partial \mathbf{f}}{\partial t}$$

$$\frac{\partial S}{\partial \mathbf{x}} = 2\mathbf{x}^T \mathbf{K} + \mathbf{g}$$

Отсюда, приравнявая нулю производную от правой части (4) по вектору  $\mathbf{u}$ , получаем выражение для этого вектора:

$$\mathbf{u} = -\mathbf{R}^{-1} \mathbf{B}^T \left( \mathbf{K} + \frac{1}{2} \mathbf{g} \right) \quad (5)$$

После подстановки их уравнение (4) будем иметь уравнение:

$$-\mathbf{x}^T \frac{\partial \mathbf{K}}{\partial t} \mathbf{x} - \frac{\partial \mathbf{g}^T}{\partial t} \mathbf{x} - \frac{\partial \mathbf{f}}{\partial t} = \mathbf{P}(\mathbf{x});$$

$$\mathbf{P}(\mathbf{x}) = \mathbf{x}^T \mathbf{Q} \mathbf{x} + \left( \mathbf{x}^T \mathbf{K} + \frac{\mathbf{g}^T}{2} \right) \left[ 2\mathbf{A} \mathbf{x} - \mathbf{B} \mathbf{R}^{-1} \left( \mathbf{x}^T \mathbf{K} + \frac{\mathbf{g}^T}{2} \right) + 2\mathbf{h} \right]$$

Разлагая  $\mathbf{P}(\mathbf{x})$  в тейлоровский ряд по степеням координат вектора  $\mathbf{x}$  и приравнявая коэффициенты с одинаковыми степенями, получаем три дифференциальных уравнения:

$$\frac{\partial \mathbf{f}}{\partial t} = \mathbf{g}^T \left( \frac{1}{4} \mathbf{V} \mathbf{g} - \mathbf{h} \right);$$

$$\frac{\partial \mathbf{g}}{\partial t} = \mathbf{K} \mathbf{V} \mathbf{g} - \mathbf{A}^T \mathbf{g} - 2\mathbf{K} \mathbf{h};$$

$$\frac{\partial \mathbf{K}}{\partial t} = \mathbf{K} \mathbf{V} \mathbf{K} - \mathbf{Q} - \mathbf{K} \mathbf{A} - \mathbf{A}^T \mathbf{K} \quad (6)$$

$$(\mathbf{V} = \mathbf{B} \mathbf{R}^{-1} \mathbf{B}^T)$$

Для этих уравнений заданы конечные значения переменных:

$$\mathbf{f}_T = \mathbf{0}, \quad \mathbf{g}_T = \mathbf{0}, \quad \mathbf{K}_T = \mathbf{F}$$

Первые два уравнения линейные; они вместе со своими конечными условиями относятся к хорошо известной задаче Коши. Последнее, третье уравнение представляет собой более сложное уравнение Риккати.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Пантелеев А.И. Основы теории управления. – М.: ФИЗМАТЛИТ, 2004. – 504 с.  
 2. Летов А.М. Динамика полета и управления. – М.: Наука, 1969.

## СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА И НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УДК 338.46:35

# УПРАВЛЕНИЕ КОММУНАЛЬНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ: БАЗОВЫЕ МОДЕЛИ И АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ МНЕНИЯ

© 2008 Д.А. Котов\*

*Автор полагает, что далеко не все варианты западной политики в сфере управления предприятиями ЖКХ можно применять в России. Каждая страна должна выстраивать свою систему обеспечения населения коммунальными услугами исходя из сложившихся в стране экономических и социальных условий.*

**И**зменение организации управления коммунальным комплексом является важнейшей частью реформы ЖКХ в России. Определение оптимальной структуры управления комплексом, рациональное распределение функций хозяйствования, эксплуатации, модернизации и финансирования, а также решение вопросов сохранения контроля над процессами, происходящими в коммунальном хозяйстве (КХ), представляется актуальной задачей, требующей взвешенного подхода, анализа зарубежного и отечественного опыта.

### Предыстория вопроса

После окончания второй мировой войны во всех западных странах коммунальные предприятия были национализированы и перешли в собственность государств вместе с обязанностью обеспечивать граждан соответствующими услугами. Но в 80-х годах прошлого века, с приходом «железной леди» в английское правительство в Объединенном Королевстве началась кампания по приватизации государственных предприятий, в том числе и отрасли коммунального хозяйства. С тех пор в Европе не затихают споры по поводу участия частного бизнеса во владении и управле-

нии коммунальными предприятиями. Тем не менее, в странах запада доля частных предприятий в коммунальной отрасли до сих пор незначительна, а количество предприятий, управляемых частными операторами, уступает количеству предприятий управляемых муниципалитетами<sup>1</sup>. В то же время все эти годы происходит постепенное увеличение доли частного бизнеса во владении и, особенно, управлении коммунальными предприятиями во всех развитых странах мира.

Теоретической основой этой тенденции является концепция либерализации инфраструктурных отраслей. На западе эти отрасли охвачены понятием «Network industries» и включают энергетику, водоснабжение и водоотведение, транспорт, связь. Логикой концепции либерализации можно представить следующим образом<sup>2</sup>:

- 1) либерализация ведет к росту конкуренции;
- 2) конкуренция ведет к рациональному использованию ресурсов и росту инвестиций;
- 3) рациональное использование ресурсов ведет к снижению цен;
- 4) низкие цены стимулируют увеличение спроса;

*К о т о в Дмитрий Александрович – аспирант кафедры менеджмента Российского университета кооперации (dmitriys@pochta.ru).*



5) рост спроса вызывает рост предложения, увеличение инвестиций и занятости.

Следуя концепции либерализации, в разных странах были разработаны и внедрены различные схемы управления инфраструктурными предприятиями. Все они основаны на идеях дерегулирования, разгосударствления и демократизации рынков инфраструктурных отраслей.

#### **Базовые схемы**

В мировой практике можно выделить три основные управленческие схемы организации работы коммунального хозяйства, условно называемые немецкой (или североамериканской), французской и английской моделью. Признак классификации - возможность передачи прав собственности на основные фонды ЖКХ частному бизнесу. При этом в той или иной степени все три модели основаны на том, что коммунальная инфраструктура является сферой ответственности местных органов власти.

Немецкая модель предполагает частичную передачу коммунальной инфраструктуры частному бизнесу при сохранении права контроля и управления коммунальными предприятиями. В Германии муниципалитеты создают акционерные общества, которые управляют водоканалами. Основные инженерные фонды входят в уставный капитал предприятия, то есть принадлежат уже не местным властям, а предприятию. В таких АО либо 100 процентов собственности, либо контрольный пакет акций принадлежит муниципалитету. При этом существует четкий механизм управления предприятием: собственник через наблюдательный совет, через общепринятые рыночные институты обеспечивает управление своим имуществом.

Очевидным преимуществом такой схемы выступает механизм управления предприятием, позволяющий муниципальным властям не терять рычагов управления этим жизненно важным для города видом деятельности, осуществлять контроль над отраслью и эффективно управление своим имуществом.

Французская модель характеризуется муниципальной собственностью на объекты жилищно-коммунального хозяйства. При этом управление этой собственностью может осуществлять любая управляющая организация (частный оператор), выигравшая конкурс. То есть муниципалитет формирует конкурентную среду в сфере управления своим имуществом. Для этого могут применяться различные концессионные схемы, например, Build Operate Transfer

(строительство – эксплуатация – передача). По этой схеме концессионер строит на свои средства, в течение срока действия концессии владеет и эксплуатирует объект, а потом передает его в муниципальную собственность. Стоимость продукта, который концессионер производит в период действия концессии, регулируется местными органами власти. Таким образом, местные власти формируют конкурентную среду в сфере управления своим имуществом, оставаясь собственниками основных фондов ЖКХ.

Английская модель предполагает более радикальный путь - передачу коммунальной инфраструктуры в частную собственность. Так, все инфраструктурное обеспечение систем водоснабжения городов Англии и Уэльса в результате приватизации принадлежит одной из 7 частных фирм. Тем не менее, контроль над их деятельностью местные органы власти сохраняют, поскольку деятельность локальных монополий регулируется с учетом задач регионального развития.

Выбор той или иной модели управления ЖКХ обусловлен законодательно-нормативной базой страны, историческими особенностями развития жилищного сектора и сформировавшейся системой собственности на недвижимое имущество.

#### **Альтернативные мнения**

Стоит заметить, что как в научном сообществе, так и среди практиков в мире еще не сложилось единого мнения по поводу того, насколько реально достижение целей, лежащих в основе концепции либерализации инфраструктурных отраслей и ее эффективности в целом. Например, в Европейском Союзе (ЕС) структурные реформы в этих отраслях начались еще в конце 80-х начале 90-х годов двадцатого века, и реализуются до сих пор. За это время накопился значительный массив опытных данных о практике реализации концепции либерализации. Один из критиков этой концепции - организация Public Services International (PSI), объединяющая профсоюзы работников сферы общественных услуг (здравоохранение, ЖКУ и др.) из 150 стран мира. В исследованиях, выполненных по ее заказу Гринвичским университетом (The University of Greenwich), показано, что формальные цели либерализации инфраструктурных отраслей (усиление конкуренции, увеличение инвестиций, рост производительности, снижение цен, рост рынков и занятости) не только не достигнуты, но некоторые показатели заметно ухудшились<sup>3</sup>. За период с 1991 по

2001 год в ЕС общее число занятых в инфраструктурных отраслях снизилось на 600 000 человек. В относительных цифрах, за 1996 – 2002 гг. число занятых в энергетике, газоснабжении, водоснабжении и водоотведении снизилось на 16 %. Кроме того, в отраслях, где была проведена либерализация, наблюдается значительное ухудшение условий труда, снижение его безопасности и сокращение доходов работников<sup>4</sup>. Исследования, проведенные на английских предприятиях энергетике и водоснабжения, обнаружили резкое сокращение программ по обучению и повышению квалификации их работников, как объясняют исследователи, ввиду широкого применения аутсорсинга<sup>5</sup>.

Другой мишенью критиков стала политика Всемирного банка (ВБ), проводимая в сфере водоснабжения. Дело в том, что ВБ оказывает значительное влияние или, иногда, напрямую участвует в разработке и реализации программ реформирования этой отрасли во многих странах. В основном это касается развивающихся стран и стран с переходной экономикой. Основные принципы политики Всемирного Банка, касательно реорганизации систем водоснабжения, сформулированы в опубликованном в 1993 году докладе «Управление ресурсом водой». Он раскрывает цели политики ВБ - коммерциализация, децентрализация, вода как экономическое благо и покрытие расходов самими потребителями, уход государства из сферы предоставления общественных благ и открытие этого сектора для частного капитала.

По мнению критиков<sup>6</sup>, ВБ навязывает странам-должникам приватизацию воды в программах-руководствах для правительств этих стран, в так называемых CAS (Country Assistance Strategies, Стратегиях по помощи развитию странам). ВБ обещает, что частный сектор принесет инвестиции, эффективность, управление, знания и технологию в систему водоснабжения. Однако, как полагают оппоненты политики ВБ, частный капитал не только не предоставил достаточно инвестиционного капитала, чтобы закрыть инвестиционные дыры, но и не показал себя более эффективным или менее коррумпированным, чем государственные предприятия. При этом цены на воду молниеносно возросли, как это было в Аргентине, Великобритании и Бразилии. Приватизация систем водоснабжения привела к сокращению числа работающих в этой сфере и ухудшению условий труда, падению объема инвестиций в инфраструктуру из-за ориентации на максимизацию прибыли.

Общеизвестно, что лобби таких концернов как Vivendi, Suez, RWE, E.ON, RWE/Thames Water, Saur, Severn Trent и др. имеют сильные позиции в консультативных органах ВБ и Европейской Комиссии, также реализующей множество программ в области поддержки реформ в развивающихся странах (например, «The EU-Africa Partnership on Infrastructure»)<sup>7</sup>. Как следствие, их влияние сказывается на выборе моделей, принимаемых в качестве базовых для реформ КХ в тех или иных странах.

### Реприватизация

Разнонаправленные тенденции в области передачи или, наоборот, возврата функций по оказанию ЖКУ муниципалитетами можно проследить на примере Германии, где в течение длительного периода проводилась политика, направленная на передачу функций городского хозяйства в частные руки. Однако в последние годы многие бургомистры меняют курс: новые фирмы, учреждаемые муниципальными властями, часто лучше и дешевле справляются с энергоснабжением и вывозом мусора. Для возврата на рынок услуг по вывозу мусора городам часто приходится создавать собственные коммунальные предприятия со своими служащими и рабочими. И хотя муниципальным фирмам приходится вкладывать значительные средства в закупку мусоровозов и логистику, затраты на сбор отходов удалось значительно сократить и, как следствие, снизить тарифы<sup>8</sup>.

Схожие тенденции можно выявить и в области энергоснабжения. Эта сфера для муниципальных предприятий имеет особое значение. Многие из них собираются, используя собственные электростанции, уменьшить зависимость от дорогой энергии, которую поставляет энергоквартет: E.ON, RWE и Vattenfall. Для этого муниципальные предприятия соседних городов консолидируют ресурсы и строят собственные электростанции или ТЭЦ. В этом случае дополнительные возможности им открывает реализуемая в Европе либерализация рынка электроэнергетики<sup>9</sup>.

Неудачный опыт привлечения частных компаний к управлению коммунальными предприятиями можно обнаружить во многих развивающихся странах. На пример, в африканских странах южнее Сахары с 1990 г. по 2005 г. около 80% соглашений о концессии и договоров аренды были либо расторгнуты (Мали, Гамбия, Танзания), либо явились предметом споров между властями и операторами, стремящимися уйти от выполнения принятых инвес-

тиционных обязательств (Кабо-Верде, Габон, ЮАР, Нигер и др.)<sup>10</sup>.

### Причины эффективности

Рассматривая разнонаправленные тенденции в области передачи/возврата функций по оказанию ЖКУ муниципалитетами развитых стран, следует отметить, что после продолжительного присутствия в этом секторе частных фирм, которые сформировали определенный уровень качества оказываемых услуг и эффективности работы коммунальных предприятий, муниципальные организации вынуждены работать на уровне не ниже уже достигнутых показателей. Кроме того, значительные достижения в области науки и практики эффективного управления организацией в развитых странах, обеспечивают муниципальные предприятия теми «сильными сторонами», которые присущи частному бизнесу. В свою очередь, некоммерческий характер деятельности муниципальных предприятий позволяет им оказывать услуги по более низким ценам, чем коммерческие организации. Отсюда следует, что возможность эффективной работы российских муниципальных предприятий станет реальной тогда, когда частные фирмы, в условиях конкуренции, стараясь максимально удовлетворить потребности покупателей их услуг, зададут «оптимальный» уровень качества услуг и эффективности работы для всех остальных коммунальных предприятий.

### Выводы для России

Подводя итог обзору зарубежного опыта управления коммунальным хозяйством, мож-

но сделать вывод, что далеко не все варианты западной политики и сфере управления предприятиями ЖКХ можно применить в России в связи с разными исходными условиями реформирования, разным соотношением доли частной и государственной собственности, разным уровнем жизни населения, разными природно-климатическими условиями. Кроме того, как было показано, в мировой практике нет однозначных рецептов, которые гарантировали бы с одной стороны долгосрочную эффективность работы коммунальных предприятий, с другой стороны, отвечали бы требованиям социальной справедливости, которые всегда предъявляются к такой отрасли, как ЖКХ. Каждая страна должна выстраивать систему обеспечения населения коммунальными услугами в первую очередь исходя из уже сложившихся в стране экономических и социальных условий. Это значит, что модель, успешно реализуемая в одной стране, далеко не всегда может быть с успехом применена в других странах. С другой стороны, нельзя отбрасывать опыт, накопленный мировым сообществом в сфере управления коммунальным сектором.

Зарубежный опыт свидетельствует о плюрализме мнений и подходов к организации коммунального хозяйства в разных странах, многообразии форм управления коммунальной инфраструктурой, позволяющих оптимальным для каждой конкретной страны способом распределить ответственность, доходы и риски между государством и частным бизнесом.

<sup>1</sup> Trade Unions and Reform of Public Utilities: International Perspective. [Электронный ресурс] : PSIRU Report, 2008. P. 2. <<http://www.psiru.org/reports/2006-11-Russia-Introoverview-DH.doc>>

<sup>2</sup> Niklas Noaksson. Taking stock of the liberalization of public utilities. Can structural reforms bring the Lisbon strategy back on track? [Электронный ресурс] : European Trade Union Institute for Research, Education and Health and Safety. Brussels. 2005. <<http://www.epsu.org/a/1485>>

<sup>3</sup> Restructuring and Privatisation in the Public Utilities – Europe [Электронный ресурс] : PSIRU Report, 1997. <<http://www.psiru.org/reports/9707-WE-Eur-emp.doc>>; Evaluating network services in Europe – a critique of EC Evaluation of the Performance of Network Industries [Электронный ресурс] : PSIRU Report, 2006. <<http://www.epsu.org/a/1994>>; Self-assessment or public debate? – evaluating the liberalization of network services in the EU and USA [Электронный ресурс] : PSIRU Report, 2007. <<http://www.psiru.org/reports/2007-09-EU-HEPNI.doc>>; Pipe dreams. The failure of the private sector to invest in water services in developing countries [Электронный ресурс] : PSIRU & World Development Movement Report, 2006. <<http://www.psiru.org/reports/2006-03-W-investment.pdf>>

<sup>4</sup> Evaluating network services in Europe – a critique of EC Evaluation of the Performance of Network Industries [Электронный ресурс] : PSIRU Report, 2006. P. 9. <<http://www.epsu.org/a/1994>>

<sup>5</sup> Там же. С. 9.

<sup>6</sup> Александра Л. Приватизация водоснабжения в России и мировой опыт. <[www.ikd.ru/node/3321](http://www.ikd.ru/node/3321)>

<sup>7</sup> О влиянии лоббистов Suez см.: David Cronin. Campaigners Counter Privatisation Source. <<http://ipsnews.net/news.asp?idnews=37152>>

<sup>8</sup> Магиас Барч, Кордула Майер, Маркус Фербеет. Профи у руля // Профиль. – 2007. - № 30. – С. 51.

<sup>9</sup> Там же. С. 53.

<sup>10</sup> Hall D., Lobina E. Pipe dreams. The failure of the private sector to invest in water services in developing countries. PSIRU & World Development Movement Report, 2006. P. 18. <<http://www.psiru.org/reports/2006-03-W-investment.pdf>>

УДК 338.518

## ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ ФАНЕРЫ ОБЩЕГО НАЗНАЧЕНИЯ МАРКИ «ФК» НА ОСНОВЕ ОПТИМИЗАЦИИ РЕЦЕПТУР

© 2008 А.Ю. Петров, Ф.А. Петрище\*

*Авторы оптимизировали потребительские свойства клееной фанеры общего назначения марки «ФК».*

**В** жестких условиях рыночной экономики перед предприятиями, в том числе производителями древесных материалов, как никогда остро стоит проблема обеспечения конкурентоспособности производимой продукции.

Обеспечить повышение конкурентоспособности продукции на деревообрабатывающих предприятиях и понизить себестоимость продукции, не ухудшая при этом ее потребительских свойств, можно путем интенсификации производства на основе современных технологических подходов [2, 20, 22, 24].

В существующих конкурентных условиях производителям целесообразно использовать методы исследования функций объекта (изделия, процесса, структуры), например, функционально-стоимостного анализа (ФСА) [14] – перспективного метода системного исследования функций объекта, направленного на минимизацию затрат в сферах проектирования, производства и эксплуатации объекта при сохранении (повышении) его качества и полезности, с помощью рационального использования передовых приемов и элементов инженерно-логического и экономического анализа. Эти составляющие обеспечивают реализацию высокоэффективной конкурентной продукции, а, сле-

довательно, делают товары народного потребления более доступными для потребителей.

На клееные материалы, как сложные многослойные системы, оказывает влияние ряд факторов, определяющих формирование их потребительских свойств. Некоторые из них выявляются на этапе проектирования путем осуществления различных расчетов, позволяющих создать многослойную клееную систему, обладающую необходимыми свойствами [25]. Используя ФСА, можно смоделировать оптимальную рецептуру производства фанеры, предварительно собрав данные об исследуемом объекте (назначении, технико-экономические характеристики) и составляющих его компонентах, деталях (функции, материалы, себестоимость).

При производстве клееной фанеры используется такое сырье, как: лущеный шпон, связующие вещества, в основном на основе карбамидоформальдегидных или фенолоформальдегидных смол, а также другие компоненты, входящие в состав связующего вещества с целью придания ему необходимых свойств.

Одним из существенных факторов, формирующих затраты при производстве клееной фанеры, являются синтетические смолы, выполняющие функцию клея.

В настоящее время в России для склеивания фанеры и других древесных материа-

*Петров Алексей Юрьевич – ассистент кафедры товароведения, товарного консалтинга и аудита Российского университета кооперации.*

*Петрище Франц Антонович – доктор технических наук, профессор кафедры товароведения, товарного консалтинга и аудита Российского университета кооперации.*

лов применяются карбамидоформальдегидные смолы с целью получения продукции средней водостойкости и фенолоформальдегидные смолы, позволяющие получать клееные материалы повышенной водостойкости [21].

Карбамидоформальдегидные смолы, образующие клеевые соединения средней водостойкости, получают поликонденсацией карбамида с формальдегидом [30]. Широкое распространение карбамидоформальдегидных смол обусловили их преимущество по сравнению с другими типами синтетических смол по таким показателям, как: высокая адгезионная способность; большая скорость перехода в твердое состояние; низкая вязкость при высокой концентрации; высокая стабильность смол при хранении, обеспечивающая возможность их транспортировки на значительные расстояния; возможность получения смол с относительно небольшим содержанием в них в свободном состоянии химических веществ, обладающих токсическими свойствами; бесцветность; хорошая смешиваемость с водой, обеспечивающая возможность регулирования вязкости и концентрации; относительно невысокая стоимость; богатая сырьевая база [21].

В отечественной деревообрабатывающей промышленности используется около 83% карбамидоформальдегидных смол и 17% фенолоформальдегидных [1, 15, 23].

В фанерном производстве к клеям на основе карбамидоформальдегидных и фенолоформальдегидных смол предъявляются следующие технологические требования, формирующие потребительские свойства фанерной продукции [28]:

- клей должен иметь высокий показатель сухого остатка, что обеспечивает значительную прочность склеивания за счет снижения величины усадочных напряжений;

- клей должен иметь необходимую вязкость (60 – 150 с по ВЗ-246 с диаметром сопла 4 мм), которую подбирают так, чтобы клей хорошо смачивал поверхность шпона и хорошо по ней распределялся, создавая ровный, тонкий и непрерывный слой. В случае применения низковязкого клея создается опасность его поглощения шпоном и получения несплошного клевого слоя. Клей с излишне высокой вязкостью плохо смачивает листы шпона, его трудно нанести тонким слоем, поэтому появляется угроза получить клеевое соединение пониженной прочности. Кроме

того, применение высоковязкого клея экономически невыгодно из-за большого расхода клея и потенциальной повышенной токсичности получаемой продукции;

- клей должен обладать достаточной жизнеспособностью. Для условий производства фанеры удобно готовить клей 1 – 2 раза в смену, чтобы он сохранял жизнеспособность в течение 4 – 8 часов;

- клей должен иметь определенную степень желатинизации, так как от этого показателя зависит продолжительность склеивания пакстов и в итоге производительность прессов;

- клей не должен быть токсичным, т.е. во время его применения и дальнейшей эксплуатации клееных материалов не выделять вредные для организма человека продукты свыше предельно допустимых концентраций [29];

- одним из самых существенных показателей безопасности фанерной продукции является класс эмиссии свободного формальдегида. В соответствии с требованиями российских стандартов, фанера по содержанию формальдегида подразделяется на классы эмиссии E1 и E2: при содержании формальдегида не более 8,0 мг на 100 г сухого продукта фанеру относят к классу E1, при содержании от 8,0 до 30 мг – к классу E2 [3, 4].

Карбамидоформальдегидные клеи, используемые для изготовления фанерной продукции, не всегда отвечают всем вышеперечисленным технологическим требованиям. До недавнего времени в фанерном производстве наиболее распространенными были карбамидоформальдегидные смолы марок КФ-Ж, КФ-МТ, КФ-О. Эти клеи обеспечивают необходимую прочность склеивания фанерной продукции, но не позволяют выпускать продукцию классов E1 и E2 [1, 5, 23, 26, 27, 28, 29].

В России разработано большое количество низкомолекулярных карбамидоформальдегидных смол различных марок: КФ-НП, КФ-60П, КФ-А, КФ-МТ, КФ-МТ-15, КФ-МТ-15КП, КФ-МТ-ПП, КФ-МТУ, КФС-1, КФ-НФП, КФ-015, КФ-015М, КФ-02, КФ-02Э, КФ-МНП, КФ-53Д и др. [1, 23, 26]. Использование этих смол позволяет получать продукцию (фанеру, ЛСТП и др.) класса E2 и для отдельных видов продукции класса – E1. Предельное количество свободного формальдегида в этих смолах достигается в зависимости от марки смолы (КФ-МТ, КФ-А до 0,3%), в отдельных марках даже до 0,1 % (КФ-НФП).

Однако при использовании смолы КФ-НФП отмечаются такие недостатки как: сложность синтеза смолы, снижение производительности цехов, отсутствие возможности транспортировки ввиду ограниченной жизнеспособности (срока хранения), практически непригодна для фанерных предприятий с холодной подпрессовкой пакетов, а самое главное снижается прочность склеивания. Такими же недостатками при производстве фанеры обладают смолы марок КФ-МТ, КФ-МТ-У, КФ-МТ-15, хотя и обеспечивающие снижение токсичности до 10 мг/100 г абсолютно сухой фанеры [31].

Для производства ДСтП и фанеры класса эмиссии Е1 разработаны и внедрены специальные смолы КФ-МТ-15-КП, КФ-114-63, не уступающие по качеству зарубежным. Например, на предприятии «Акрон» (Великий Новгород) синтезирована КФС нового поколения серии КФ-ЕС с содержанием свободного формальдегида 0,1%. Сообщается о возможности получения на основе этой смолы плит, фанеры, слоистой клееной древесины класса Е1 при одновременном снижении расхода связующего в результате улучшения свойств пленочной структуры отвержденного полимера [19, 23].

Для производства водостойкой фанеры марки ФСФ и ряда других марок в России изготавливают водорастворимые фенолоформальдегидные смолы марок СФЖ-3013, СФЖ-3014, СФЖ-Н, СФЖ-3093. Физико-химические показатели наиболее известных фенолоформальдегидных и карбамидоформальдегидных смол различных марок, применяемых для производства фа-

церы и изготавливаемых в России, приведены в табл. 1 и 2.

Стоимость смол зарубежного производства несколько выше, чем отечественных. Относительно низкая стоимость и доступность отечественных смол делает их приоритетными для использования на территории РФ.

Смола марки СФЖ-3013 предназначена для изготовления фанеры, клееных плит и других древесных клееных материалов. К достоинствам смолы можно отнести водостойкость и прочность соединений, к недостаткам – небольшой срок годности (не более 1,5 мес.), повышенное содержание свободных продуктов. В настоящее время фенолоформальдегидная смола марки СФЖ-3013 по указанным причинам не находит широкого применения и в будущем ее использование будет сокращаться. Фенолоформальдегидные смолы марок СФЖ-3014, СФЖ-3093, СФЖ-Н, СДЖ-Н используют для изготовления фанерной продукции и атмосферостойких ДСтП. Смолы этих марок имеют относительно небольшое содержание свободного формальдегида (не более 0,2%), что позволяет получать продукцию класса эмиссии Е1. Срок хранения этих смол неодинаков: для СФЖ-Н – 0,5 мес., для остальных марок – не более 4 месяцев [13].

Содержание нелетучих (сухих) веществ в смоле или готовом клее является важным показателем его потребительских свойств. Высокое содержание сухих веществ в клее сокращает время его желатинизации, обеспечивает более плотный клеевой шов, малую усадку и малые внутренние напряжения, но одновременно увеличивает вязкость,

**Таблица 1 Основные физико-химические показатели отечественных фенолоформальдегидных смол**

Показатели	Марка фенолоформальдегидной смолы			
	СФЖ-3013	СФЖ-3014	СФЖ-Н	СФЖ-3093
Водородный показатель (рН среды)	–	12,0	–	–
Содержание щелочи, %	4,5 – 5,5	6,5 – 7,5	–	–
Содержание нелетучих веществ, %	39 – 43	46 – 53	41 – 43	44 – 49
Массовая доля свободного фенола, %	0,18	0,1	–	–
Массовая доля свободного формальдегида, %	0,18	0,1	0,2	0,1
Вязкость условная при 20°C по ВЗ-246, с	40 – 130	17 – 90	40 – 50	35 – 120

затрудняет нанесение клея и ведет к повышенному расходу. Смолы марок СФЖ-3093, СДЖ-Н используются сравнительно недавно и не получили широкого применения, в отличие от СФЖ-3014, которая несколько дешевле указанных и широко распространена. Главным недостатком отечественных низкотоксичных ФФС можно отнести довольно большую продолжительность процесса их желатинизации в сравнении с карбамидоформальдегидными.

Один из наиболее вероятных путей решения этой проблемы – модификация смол. Практика показала, что клееная продукция, изготовленная на фенолоформальдегидных смолах, обладает повышенной водостойкостью. Это является важным фактором ее эксплуатационных свойств в переменных температурно-влажностных условиях и позволяет расширить области применения по сравнению с клееной продукцией на основе карбамидоформальдегидных смол. Фанера как материал, применяемый в строительстве, должна обладать повышенной прочностью и способностью противостоять переменным воздействиям влаги и тепла окружающей среды. К клееной продукции, изготовленной на основе фенолоформальдегидных смол, как строительному материалу, предъявляют повышенные санитарно-гигиенические требования.

Фанера и плиты, изготовленные на основе фенолоформальдегидных олигомеров, имеют хорошие физико-механические показатели. Существенное значение на качество склеивания оказывает молярное соотношение формальдегида и фенола при синтезе. Следует отметить, что фенолоформальдегидные смолы после отверждения обладают лучшими санитарно-гигиеническими показателями, чем карбамидоформальдегидные смолы, что объясняется спецификой поликонденсации фенола с формальдегидом. Однако в жидком виде, вследствие выделения паров фенола, работа с феноло-формальдегидными смолами более опасна.

При оптимизации рецептуры клея необходимо регулировать ее состав следующими способами: наполнением, пластификацией и модификацией.

Наполнение клеев позволяет регулировать следующие свойства: увеличить вязкость клея, уменьшить проникновение клея в поры древесины, снизить усадку клея, повышать

прочность клеевого шва, изменять деформационные свойства клеевого шва и снижать внутренние напряжения в клеевом соединении. Наполнители являются важным составным компонентом связующего вещества, и выполняют следующие функции [28]: направленно регулируют вязкость клея; снижают величину усадки клея при отверждении; способствуют снижению внутренних напряжений в клеевых швах; улучшают эксплуатационные свойства клеевых соединений; уменьшают глубину проникновения клея в древесину и предотвращают просачивание его на наружные поверхности тонких слоев. Введение наполнителей обеспечивает такие важные свойства, как электро- и теплопроводность, уменьшает ползучесть клея. При добавлении наполнителей повышается ударная прочность клея, так как наполнитель способствует перераспределению действующих нагрузок. Наполнители, кроме того, удешевляют готовую продукцию. К наполнителям относится широкий класс материалов, обычно в виде порошков: мел, тальк, гипс, диоксида титана и кремния, а также в виде волокон: древесная масса, асбест и др. Кислотообработанные наполнители, например, кислотообработанная фосфорной кислотой древесная мука, может выполнять также функции отвердителя, что позволяет экономить на хлориде аммония, но из-за низкого значения pH, снижают кислотность рецептуры путем введения 0,25% раствора  $\text{NH}_4\text{OH}$ .

Пластифицирование выполняют с целью снижения твердости и хрупкости клеевых швов и повышения их долговечности, снижение затупления режущего инструмента при обработке клееной продукции. Пластификатор должен совмещаться с клеевым раствором и не ухудшать его адгезионные свойства. Эффективность пластификатора заключается в гибкости его молекул, которые располагаются между молекулами основного полимера и увеличивают его подвижность (межструктурная пластификация). В качестве пластификаторов используют вещества, обеспечивающие скольжение молекул в отвердевшем шве относительно друг друга – дибутилфталат, дибутилсебацат и др. Пластифицирующее действие оказывают также наполнители, содержащие клейковину.

Модификацией называют направленное изменение свойств клея. Обычно это делается путем добавки в основной клей какого-либо другого клея, совместимого с ним. Например,

модификация фенольного клея возможна добавкой каучука, который повышает теплостойкость и эластичность клеевого шва. Карбамидные клеи можно модифицировать латексами, ПВА, фенолом и др. компонентами, а также воздействуя на него ультразвуком.

При продолжительности обработки 15 – 30 мин время желатинизации сокращается на 15 – 35%, снижается вязкость смолы в 1,8 – 4,7 раза, содержание свободного формальдегида уменьшается вдвое, а прочность фанеры при скалывании по клеевому слою возрастает на 13 – 40%.

Известен также способ механической модификации карбамидных смол. Связующее вещество подвергается обработке на дезинтеграционной установке (центрифуге) при скорости 120 м/с. В результате этого вязкость клея снижается в 10 – 40 раз, сокращается время отверждения и улучшается структура клеевого шва.

С целью ускорения процесса отверждения клея используются отвердители: для кислотоотверждаемых смол это, как правило, кислоты типа молочной, щавелевой и т.п.; для резорциновых смол – щелочные отвердители, более благоприятные по отношению к древесине и клееноосающему оборудованию.

Для регулирования вязкости клея и удлинения срока его жизнеспособности в состав клея вводят растворители. Основную массу связующих в деревообработке составляют водорастворимые смолы, в мебельной промышленности находят использование органические растворители, в фанерном производстве – метанол для пропиточных смол.

С целью удлинения срока хранения смолы используют стабилизаторы, например для кислотоотверждаемых смол стабилизатором может служить ацетон.

Вспенивающие добавки применяют для увеличения объема клея и снижения его расхода. При нанесении клея методом экструзии применяют поверхностно-активные вещества (ПАВ), например, альбумин. На предприятия, не имеющие собственного производства синтетических смол, могут поступать клеи с добавкой необходимых компонентов, но без отвердителя. На этапе технологического использования клеев имеются многовариантные возможности для регулирования их свойств в требуемом направлении.

Нами оптимизировались потребительские свойства клееной фанеры общего на-

значения марки ФК. Целью оптимизации было выявление наиболее рациональной рецептуры клея, используемого в производстве фанеры общего назначения марки ФК.

В качестве связующего компонента взяты синтетические карбамидоформальдегидные смолы: КФ-Ж [5], КФМТ-15 ТУ 6-06-12-88, КФМТ-10 ТУ 2223-360-00203447-99, КФ-ЕС (Ф), КФ-ЕС 70Б ТУ 2223 - 001 – 54482892 - 02. Физико-химические характеристики указанных смол представлены в табл. 2.

В качестве наполнителя была использована древесная мука марки М-180, перспективность введения которой в клей обусловлена возможностью поглощения формальдегида из объема материала [6, 16, 17, 18]. Адсорбционная активность древесной муки усиливалась модификацией фосфорной кислотой. Особенность модифицированного наполнителя заключается в том, что его кислотность возрастает. Это оказывает положительное воздействие на технологический процесс, так как кислотообработанная мука приобретает отверждающие свойства, что может позволить отказаться от использования хлористого аммония [6].

Однако наличие в смоле кислотообработанных наполнителей в количестве 1 мас. ч. ведет к существенному снижению рН до 3,39 [16, 17, 18]. Это значение рН может отрицательно отразиться на свойствах смолы и фанеры, поэтому необходимо регулирование рН клея. В данном случае для повышения рН в смолу добавляли 25%-ный раствор водного аммиака технической марки А [7, 16, 17, 18] в количестве 1 мас. ч. на 100 мас. ч. смолы [26]. В этом случае введение отвердителя ( $\text{NH}_4\text{Cl}$ ) не требуется, потому что кислотность данного клея со временем увеличивается за счет постепенного испарения аммиака, а, следовательно, происходит отверждение смолы.

Наилучшая клеящая способность проявляется при рН = 5,0 – 5,5 [27, 16, 17, 18]. Из результатов проведенных испытаний (табл. 4) можно сделать вывод, что водородный показатель достигает этих значений при добавлении кислотообработанных наполнителей в количестве 2 мас. ч.

При использовании необработанной древесной муки в качестве наполнителя для отверждения применялся аммоний хлористый технический [8].

Отформованные образцы фанеры выдерживались в нормальных условиях в те-



**Таблица 2 - Физико-химические характеристики карбамидоформальдегидных смол**

Наименование показателя	КФ-Ж	КФМТ-15	КФМТ-10М	КФ-ЕС 70Б
Вязкость по ВЗ-246 (сопло 4 мм), с	15 – 35	50 – 80	50 – 120	60 – 120
Массовая доля нелетучих веществ, % (2 часа при 105°C)	65 – 69	64 – 68	68 – 72	70 ± 1
Массовая доля свободного формальдегида, %, не более	0,9	0,15	0,1	0,1
Концентрация водородных ионов, рН	7,5 – 8,7	7,5 – 8,5	7,5 – 9,0	7,5 – 8,5
Время желатинизации при 100°C, с	40 – 65	50 – 70	45 – 60	50 – 90
Предельная смешиваемость с водой, при которой наблюдается коагуляция, по объему	полная	1:2 -1:10	1:3	1:1 – 1:6
Предел прочности при скалывании по клеевому слою фанеры после вымачивания в воде в течение 24 часов, МПа не менее	1,5	1,6	1,6	

Фанеру формовали с обязательным соблюдением следующих технологических параметров:

Влажность шпона, %	не более 6 ± 0,5
Расход клея, г/м <sup>2</sup>	128 ± 2
Температура (плит пресса), °С	130 ± 2 (100)
Давление пресса при склеивании, МПа	1,8 ± 0,1
Длительность склеивания, с	150 ± 3
Выдержка до испытания, с	8,64x10 <sup>4</sup>
Продолжительность сборки перед склеиванием, с	600 ± 3
Количество листов, склеиваемых в одном промежутке пресса, шт	1 лист
Толщина листа трехслойной фанеры, мм	± 3,0 (4,0) ± 0,1 мм; автоматически измеряемая толщина 2,5 %

**Таблица 3 - Варианты выбранных рецептов клеев**

Вариант рецептуры	Рецептуры клеев, мас.ч.								
	смола КФ-Ж, мас.ч.	смола КФМТ -15, мас.ч.	смола КФ-ЕС (Ф), мас.ч.	смола КФМТ-10М, мас.ч.	смола КФ-ЕС70Б, мас.ч.	кислотообработанная древесная мука, мас.ч.	несобранная древесная мука, мас.ч.	NH <sub>4</sub> OH (25 %), мас.ч.	NH <sub>4</sub> Cl (20 %), мас.ч.
К	100					2		1	
1		100				2		1	
2			100				2		1
3				100		2		1	
4					100	2		1	
5			100			2		1	

чении 72 часов. После выдержки образцы готовились к испытаниям, каждое из которых проводилось на 9 образцах.

При разработке наиболее рациональной рецептуры контролировались приведенные

в табл. 4 параметры: содержание массовой доли свободного формальдегида [12], прочность склеивания после 24 ч выдержки в воде [10], прочность при растяжении вдоль волокон [11], концентрация водородных ионов

**Таблица 4 - Результаты испытаний исследуемых образцов клееной фанеры**

Вариант рецептуры	Потребительские свойства фанеры			Технологические свойства карбамидоформальдегидной смолы			
	содержание формальдегида на 100 г абсолютно сухой фанеры, мг	прочность склеивания после 24 ч выдержки в воде, МПа	прочность при растяжении и вдоль волокон, МПа	концентрация водородных ионов, рН	время желатинизации при 100°С, с	массовая доля сух. остатка, %	условная вязкость по ВЗ-246, с
<b>К</b>	35	1,82	30,3	5,09	63	-	44
<b>1</b>	16	1,64	30,8	5,12	61	-	58
<b>2</b>	5	1,66	30,5	5,15	61	68,0	62
<b>3</b>	12	1,62	30,8	5,08	60	-	56
<b>4</b>	14	1,68	30,2	5,11	60	69,0	64
<b>5</b>	3	1,76	30,6	5,10	63	68,0	62

(рН клея), время желатинизации при 100°С [5], массовая доля сухого остатка [5], условная вязкость по ВЗ-246 [9], прочность склеивания [ГОСТ 14760-69].

Для испытаний были изготовлены образцы на основе рецептур, представленных в табл. 3.

На основании проведенных испытаний были получены результаты, представленные в табл. 4.

Анализ данных табл. 4 позволяет сделать определенные выводы. Технология производства способствовала нахождению оптимального количества вводимого наполнителя в клей. Это количество зависит от при-

роды наполнителя, степени его модификации и естественного влияния на свойства фанеры [16,17,18]. При использовании клеев, в состав которых входит древесная мука и кислотообработанная древесная мука в количестве 2 мас. ч. на 100 мас. ч. смолы – показатель прочности скалывания по клеевому слою не превышает значение ГОСТ.

Таким образом, разработанная нами рецептура клеевого слоя для производства фанеры общего назначения марки ФК, обеспечивает класс эмиссии свободного формальдегида Е1 при экономической целесообразности производства.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Анохин А.Е. Российский рынок смол для деревообработки // Деревособрабатывающая промышленность. – 1997. – № 3. – С. 19 –22.
2. Буглай Б.М., Гончаров Н.А. Технология изделий из древесины. – М.: Лесная промышленность, 1985. – 405 с.
3. ГОСТ 3916.1-96. Фанера общего назначения с наружными слоями из шпона лиственных пород. Технические условия.
4. ГОСТ 3916.2-96. Фанера общего назначения с наружными слоями из шпона хвойных пород. Технические условия.
5. ГОСТ 14231-88. Смолы карбамидоформальдегидные. Технические условия.
6. ГОСТ 16361-87. Мука древесная. Технические условия.
7. ГОСТ 9-92. Аммиак водный технический. Технические условия.
8. ГОСТ 2210-73. Аммоний хлористый технический. Технические условия.
9. ГОСТ 8420-74. Магериалы лакокрасочные. Методы определения условной вязкости.
10. ГОСТ 9624-93. Древесина слоистая клееная. Метод определения предела прочности при скалывании.
11. ГОСТ 9622-87. Древесина слоистая клееная. Методы определения предела прочности и модуля упругости при растяжении.

12. ГОСТ 27678-88. Плиты древесностружечные и фанера. Перфораторный метод определения содержания формальдегида.
13. ГОСТ 20907-75. Смолы фенолоформальдегидные жидкие. Технические условия.
14. Керимов Э.Э. Техничко-экономический анализ потребительских свойств товаров. Монография – М.: ИКЦ «Маркетинг», 2002. – 150 с.
15. Кондратьев В.П. Новые виды экологически чистых синтетических смол для деревообработки // Деревообрабатывающая промышленность. – 2002. – № 4. – С. 10 – 12.
16. Лавлинская О.В. Снижение токсичности фанеры марки ФК // Проблемы функционирования, стабилизации и устойчивости развития предприятий лесопромышленного комплекса в новом столетии: Материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Воронеж: ВГЛТА, 2004. – С. 168 – 172.
17. Лавлинская О.В., Бельчинская Л.И., Мурзин В.С., Миронов И.В. Снижение степени выделения свободного формальдегида из фанеры на модифицированном карбамидоформальдегидном клее // Современные технологические процессы получения материалов и изделий из древесины: Материалы Всерос. науч.-техн. конф. с междунар. участием (17 – 19 сент. 2001 г.). – Воронеж: ВГЛТА, 2001. – С. 259 – 262.
18. Лавлинская О.В., Бельчинская Л.И., Мурзин В.С., Миронов И.В. Влияние различных наполнителей на свойства фанеры на карбамидоформальдегидных клеях // Современные технологические процессы получения материалов и изделий из древесины: Материалы Всерос. науч.-техн. конф. с междунар. участием (17 – 19 сент. 2001 г.). – Воронеж: ВГЛТА, 2001. – С. 60 – 63.
19. Леонович А.А. Совершенствование технологии древесных плит // Деревообрабатывающая промышленность. – 1999. – № 3. – С. 30 – 32.
20. Манкевич Л. А. Основы гнутья древесины. – Минск, 1961.
21. Мехтиев А.А., Славик Ю.Ю., Мустафина О.Е., Шевченко Л.З. Отечественные клеевые смолы для деревянных конструкций // Строительные материалы. 2005. № 5. с. 35 – 41.
22. Мликов М.Ю., Петров А.Ю. Функционально-стоимостной анализ непродовольственных товаров // Материалы Междунар. науч. студ. конф. в республике Молдова. – Кишинев, 2001. С.117 – 120.
23. Овчаренко В.П. Состояние научно-технического прогресса в фанерной промышленности // Деревообрабатывающая промышленность. – 1999. – № 5. – С. 10 – 13.
24. Петров А. Ю., Петрище Ф.А. О возможности производства продукции предприятиями потребительской кооперации на основе современных технологических подходов // Фундаментальные и прикладные исследования. Научно-теоретический журнал. 2005. № 5 – 6. С.127 – 132.
25. Петров А.Ю., Тараев Д.А., Петрище Ф.А. Оптимизация качества продукции при помощи функционально-стоимостного анализа // Молодежь – производству: Сб. статей междунар. науч.-техн. конф. студентов, магистров и аспирантов. – Витебск: ВГТУ, 2006. С. 303 – 305.
26. РДЗ-2000. Производство фанеры. Руководящие технико-технологические материалы [Текст] / ЦНИИФ. СПб., 2000. – 202 с.
27. Роффаэль Э. Выделение формальдегида из древесностружечных плит / Пер. с нем. А.П. Штембах, В.Б. Семенова. – М.: Экология, 1991. – 160 с.
28. Справочник по производству фанеры [Текст] / А.А. Веселов и [др.] / Под ред. Н.В. Качалина. – М.: Лесн. пром-ть, 1984. – 432 с.
29. Уокер Дж.Ф. Формальдегид. М.: Гос. науч.-техн. изд-во хим. лит-ры, 1957. – 608 с.
30. Хрулев В.М. Синтетические клеи и мастики (применение в строительстве). / Под ред. д.т.н Д.А.Кардашова. – М.: Высшая школа, 1970. – 368 с.
31. Экология производства и потребления древесных плит: экспрессинформация – М.: ВНИПИЭИлеспром, 1992. – 40 с. – (Вып. 3. Мебель, плиты и фанера).].

УДК 638.178.3:621.56

## ИССЛЕДОВАНИЕ КАЧЕСТВА АПИДОБАВОК ИЗ ТРУТНЕВЫХ ЛИЧИНОК И ПРОПОЛИСА И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ПРОДУКТАХ ИММУНОМОДУЛИРУЮЩЕГО ДЕЙСТВИЯ

© 2008 И.А. Прохода\*

*Установлена высокая пищевая и биологическая ценность порошка Билар, полученного методом сублимационно вакуумного высушивания из биомассы трутневых личинок. Показана возможность их использования для лечебно-профилактического питания.*

**В** настоящее время у населения России наблюдается значительное снижение иммунитета и нарушение перекисного окисления липидов биомембран клеток, что приводит к различным нарушениям в организме человека и вызывает множество заболеваний. В коррекции этих процессов питанию отводится одна из главных ролей. В условиях экологической ситуации, что сложилась после Чернобыльской катастрофы, необходимо в рационе питания населения увеличить долю продуктов профилактического действия (иммуномодулирующего, радиозащитного, антиоксидантного и др.). Создание таких продуктов возможно путем использования биологически активных добавок (БАД), в том числе из нетрадиционного сырья.

Источником БАД наряду с овощами, фруктами, ягодами, лекарственным и пряно-ароматическим растительным сырьем являются продукты пчеловодства – алипродукты (АПИ – пчела) – прополис, маточное молочко, цветочная пыльца, мед и др., которые обладают целебными свойствами и заметно выделяются среди других натуральных пищевых продуктов высоким содержанием БАВ. В последние годы в международной практике (Японии, Китае, Румынии

и др.) стали использовать в пищевой промышленности новый нетрадиционный продукт пчеловодства – трутневые личинки.

Трутневые личинки – это новый биологически активный продукт пчеловодства, имеющий значительные перспективы по использованию в пищевой, медицинской и косметической промышленности.

В научной литературе нет систематизированных данных о технологии получения и хранения апидобавок из трутневых личинок в форме пасты (биомассы) и порошка. Не дана товароведная характеристика нового продукта, мало изучен химический состав. В связи с этим разработана технология новой апидобавки из трутневых личинок с добавлением прополиса, который максимально сохраняет качество, является актуальной и своевременной задачей.

Данная работа посвящена изучению качества новой апидобавки из трутневых личинок в форме пасты и порошка.

**Материал и методы исследований.** Органолептические, стандартные химические, спектроскопические, биохимические, микробиологические.

Пасту изготавливали из трутневых 7...9-дневных личинок методом измельчения до однородной массы и сберегали при тем-

*П р о х о д а Ирина Алексеевна – кандидат технических наук, старший преподаватель кафедры товароведения Брянского филиала Российского университета кооперации.*

пературе минус 2°C. Порошок получали из пасты по особой технологии с помощью суб-лимационного вакуумного высушивания на установке СУ-5 и хранили при температуре плюс 5°C без доступа света.

**Результаты исследований.** Согласно органолептическим исследованиям паста и порошок – это пастообразное и порошкообразное вещества, светло-желтого цвета с приятным хлебным вкусом, без постороннего привкуса и запаха, они полностью растворяются в воде, рН 5,8...7,0, без механических примесей.

Исследования химического состава пасты и порошка показали, что качество находится на уровне маточного молочка (табл.1).

Показано также, что паста, с содержанием сухих веществ 23,2%, содержит белка 13,2%, сахара до 9,5% и жира 1,2%. В маточном молочке их содержание соответственно 32,6%, 15,2%, 15,8% и 1,5%.

Установлено, что порошок отличается значительным содержанием белка 51,2%, витаминов и минеральных веществ, присутствие которых в 4 раза выше, чем в пасте и маточном молочке.

Нами изучен аминокислотный состав белковой фракции апидобавок из трутневых личинок. Белок относится к полноценному и содержит все незаменимые аминокислоты, которые необходимы для нормального развития живого организма. Известно, что наиболее важными и дефицитными в суточном рационе являются такие незаменимые аминокислоты как лизин, триптофан, валин. Они снижают накопление радионуклидов цезия и стронция в организме человека, улучшают показатели крови, увеличивают сопротивляемость организма к неблагоприятным факторам и т.д. Именно по этим аминокислотам порошок превышает уровень идеального белка по шкале ФАО/ВОЗ в несколько раз.

Апидобавки содержат незначительное количество жира, который отличается качественным составом жирных кислот. Всего обнаружено 28 высших жирных кислот. Наибольшее количество олеиновой (28,2%), пальмитиновой (27,5%), стеариновой (16,7%). Из полиненасыщенных жирных кислот присутствуют линолевая (1,5%), линоленовая (8,0%) и ара-

**Таблица 1 - Сравнительная характеристика качества апидобавок из трутневых личинок в форме пасты и порошка по сравнению с маточным молочком**

Показатель	Паста	Порошок	Маточное молочко
<b>Массовая доля, %:</b>			
сухих веществ	23,2±1,0	95,0±4,1	32,0±0,4
титрованных кислот	0,2±0,01	0,8±0,03	1,5±0,1
белка	13,2±0,5	51,2±2,1	15,2±0,4
редуцирующих сахаров	9,5±0,4	30,0±1,5	15,8±0,5
жира	1,2±0,02	4,8±0,5	1,5±0,2
<b>Массовая доля, мкг в 100 г:</b>			
каротина	255±10,7	940±40,4	-
α-токоферола	390±16,7	1590±68,2	690±29,3
витамина В <sub>1</sub>	580±24,3	2320±99,5	1080±46,3
витамина В <sub>2</sub>	956±41,1	3824±64,3	2042±87,3
витамина В <sub>3</sub>	64±2,7	256±11,0	148±6,4
витамина В <sub>5</sub>	3349±55,6	13396±65,4	3800±73,8
витамина В <sub>6</sub>	55±2,3	220±9,3	182±7,8
<b>Массовая доля минеральных веществ, мг в 100 г</b>			
Ka	139,5±8,9	556,0±15,2	159,8±13,3
Ca	31,6±3,7	126,4±12,1	28,2±3,4
Mg	106,0±12,9	424,0±18,0	142,0±3,9
Na	225,2±10,1	900,4±20,2	210,2±16,3
Zn	1,3±0,1	15,2±0,1	1,9±0,1
Cu	0,6±0,1	2,4±0,1	0,8±0,1
Mn	0,1±0,02	0,4±0,1	0,1±0,02

хидошовая (1%). Полиненасыщенные жирные кислоты составляют 10% всех жирных кислот, что входят в состав жира, насыщенные – 45%, мононасыщенные – 28%. В питании имеет значение не количественный, а качественный состав, особенно содержание полиненасыщенных кислот. Они получили название «эссенциальных». Эти структурные компоненты принимают участие в строительстве клеточных мембран в синтезе протогландинов (сложных органических веществ, которые регулируют обменные процессы в клетке, кровяном давлении). Известно, что по формуле рационального и сбалансированного питания состав жирных кислот в жирах должен быть следующим: 10% полиненасыщенных, 30% насыщенных и 60% мононасыщенных. Таким образом, жир практически соответствует этим требованиям.

Нами также проведены исследования по выяснению влияния сушки на качественные показатели порошка в сравнении с пастой. Спектроскопическим методом исследований по поглощению в-каротина в этаноле было доказано, что сублимационное вакуумно-высушивание позволило сохранить биологически активные вещества (в-каротин, б-токоферол) и биополимеры (белки, липиды, сахара) на 98,8...99,5%.

Полученные результаты исследований использованы при разработке технических условий ТУУ 00729557.001 – 2001.

**Выводы.** Разработана технология новой апидобавки из трутневых личинок и прополиса с использованием тонкого измельчения и сублимационного вакуумного высушивания, которая позволяет практически полностью сохранять БАВ (каротин, б-токоферол) и биополимеры (белки, липиды, сахара) на 98,8...99,5%.

Исследования химического состава апидобавок показало, что содержание биологически активных веществ в пасте находится на уровне маточного молочка, а в порошке их в 4 раза больше.

Апидобавка из трутневых личинок в виде порошка прошла доклинические испытания в Харьковском национальном фармацевтическом университете. Установлено, что порошок не токсичен, не патогенен, обладает высокими противотуберкулезными и иммуномодулирующими свойствами, которые стимулируют Т-клеточные реакции иммунитета и аптителопродуценты селезенки.

Новые апидобавки из нетрадиционных продуктов пчеловодства позволяют расширить ассортимент отечественных лечебно-профилактических продуктов питания, их целесообразно использовать в пищевой, фармацевтической и косметической промышленности для стабилизации иммунитета человека.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Прохода И.А. Товароведная характеристика апидобавок из трутневых личинок и прополиса и их использования в продуктах питания: Дис. канд. тех. наук. – Харьков, 2003. – 121 с.
2. Новые биологически активные апидобавки: Монография / Р.Ю. Павлюк, А.И. Черевко, И.А. Прохода и др. Харк. гос. универ. питания и торговли; Гос. Департ. Продовольствия Минагропром Украины. – Харьков, 2003. – 134 с.

# РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

© 2008 Л.Т. Абесадзе\*

*Автором разработана рецептура приготовления теста сдобного дрожжевого на опаре с использованием различных растительных масел, показано влияние вносимого сырья на подъемную силу дрожжей, а также качество и сроки хранения готовых изделий.*

**Р**оль питания в обеспечении нормальной жизнедеятельности организма является определяющей при любом уровне развития общества, но при этом с изменениями условий жизни и характера труда человека изменяется и его питание, количество и состав пищи.

Нарушение принципов рационального и сбалансированного питания является одним из основных факторов вызывающих расстройство здоровья человека. Резкое ухудшение экологической обстановки во всем мире во второй половине XX в. негативно повлияло на качественный состав потребляемой человеком пищи, что, в свою очередь, привело к появлению новых и резкому увеличению числа старых заболеваний, связанных с питанием. Появился термин «болезни цивилизации». К их числу относятся такие, как переутомление, высокое кровяное давление, атеросклероз, запоры, геморрой и дивертикулез, ожирение и диабет, желче-каменная болезнь и т.д. С каждым днем концепция «здорового питания» завоевывает все большее внимания. В связи с этим, возникает необходимость создания продуктов функционального назначения. Функциональным (по определению ГОСТ 52349) «является продукт при систематическом потреблении снижающий риск развития заболеваний, связанных с питанием

и улучшающий здоровье за счет наличия в его составе физиологически функциональных ингредиентов», к которым относят пищевые волокна, витамины, минеральные вещества и др. Функциональные продукты в отличие от традиционных характеризуются не только высокой пищевой ценностью, но и положительным физиологическим влиянием на организм человека. Это обуславливает необходимость применения различных добавок, придающих хлебобулочным изделиям функциональные свойства и улучшающие их потребительские показатели, такие как органолептические, физико-химические и срок сохранения свежести, при одновременном снижении их калорийности.

Как показали результаты исследований, наиболее эффективным путем улучшения обеспеченности населения продуктами функционального назначения, является обогащение продуктов массового потребления, доступных для всех групп детского и взрослого населения и регулярно используемых в повседневном питании. К таким продуктам в первую очередь относятся хлебобулочные изделия.

Хлебобулочные изделия – одна из важнейших составных частей рациона питания человека, обеспечивающая около 60 % его физической потребности в пищевых веществах и энергии, также являются наиболее доступными

---

*А б е с а д з е Л и л я Т е й м у р а з о в н а – старший преподаватель кафедры технологии общественного питания Российского университета кооперации (post55582@mail.ru).*

ми продуктами питания. В настоящее время в России вырабатывают около тысячи наименований хлебобулочных изделий. Хлебопекарная промышленность России, производственная база которой насчитывает тысячу хлебозаводов и более пяти тысяч предприятий малой мощности, ежегодно вырабатывает 15 – 20 млн. тонн продукции. Физиологическая ценность большинства из этих продуктов невелика. Для их приготовления в основном используется мука высшего сорта, маргарин, сахар-песок, а также сухие прессованные дрожжи, т.е. сырье, не обогащенное витаминами и другими биологически активными веществами.

Во всех экономически развитых странах вырабатывается группа хлебобулочных изделий «Здоровье» с повышенным содержанием пищевых волокон, витаминов, минеральных и др. полезных веществ. Но в ассортименте хлебобулочных изделий России пока отсутствует такая группа. Поэтому вопрос расширения ассортимента данных изделий, а именно разработки изделий функционального назначения приобретает актуальное значение. Создание ассортимента новых продуктов, улучшающих пищевой статус человека – важнейшая составная часть концепции здорового питания населения России [3].

С учетом изложенного является актуальным исследование путей и методов изготовления хлебобулочных изделий с пониженным содержанием холестерина и повышенным содержанием мононенасыщенных жирных кислот в целях создания группы изделий для функционального питания.

Целью данной работы является способствование оздоровлению детского и взрослого населения России за счет создания технологии производства функциональных хлебобулочных изделий с пониженным содержанием холестерина и повышенным содержанием мононенасыщенных жирных кислот. В соответствии с поставленной целью в работе решались следующие задачи:

- обосновать выбор вносимых растительных масел в хлебобулочные изделия;
- определить влияние вносимого сырья на свойства прессованных дрожжей;
- установить влияние вносимого сырья на качество готовых хлебобулочных изделий.

В ходе исследования использовались сырье и материалы, применяемые в хлебопекарном производстве: пшеничная мука высшего сорта, сахар-песок, дрожжи прессованные, соль

поваренная пищевая. В качестве добавок использовали различные растительные масла.

Для изучения влияния привлекаемых компонентов на качество хлебобулочных изделий проводили лабораторные и производственные выпечки по стандартным методикам, готовые изделия анализировали через 5 – 10 часов после выпечки по органолептическим и физико-химическим показателям.

Обоснование выбора растительных масел для обогащения хлебобулочных изделий мононенасыщенными жирными кислотами и витаминами

От уровня жиров в организме зависит функциональное состояние различных органов и систем, обмен веществ, в частности водный обмен. Вместе с жирами в организм поступают необходимые витамины – ретинол, кальциферолы, токоферолы, филлохиноны. Жиры не только являются носителями этих витаминов, они необходимы для их усвоения.

Биологическая ценность пищевых жиров зависит от их химического состава, наличия ненасыщенных жирных кислот. При отсутствии в пище этих кислот развивается болезнь недостаточности питания. Ненасыщенные жирные кислоты образуют тканевые гормоны (простагландины), которые играют роль в функционировании органов эндокринной системы, участвуют в окислительно-восстановительных процессах, способствуют более быстрой адаптации организма к неблагоприятным факторам окружающей среды, а также обладают свойством нормализовать обмен при атеросклерозе – повышать выведение холестерина из организма. Ненасыщенные жирные кислоты увеличивают эластичность стенок кровеносных сосудов и уменьшают их проницаемость, усиливают антисклеротические свойства содержащегося в организме холина, активизируют действие ферментов, функция которых заторможена, повышают сопротивляемость организма инфекциям, действию радиации и др. Растительные масла стимулируют деятельность печени [2].

Как известно, хлеб почти наполовину удовлетворяет потребность человека в углеводах, на треть – в белках, более чем на половину в витаминах группы В, солях фосфора и железа [3]. Но также рацион питания взрослого человека должен содержать 25 – 30 г растительных масел, так как в них входят линолевая и линоленовая ненасыщенные жирные кислоты, токоферолы [2]. Роль жиров в хлебобулочных изделиях велика. Жиры влияют на текстуру и



разжевывание продукта, они необходимы для улучшения внешнего вида, структуры, упругости, сохранения готовых изделий. Поэтому применение новых видов добавок, а именно различных растительных масел является актуальным для расширения ассортимента хлебобулочных изделий и улучшения их качества.

Льняное масло по своей биологической ценности стоит на первом месте среди пищевых растительных масел. В семенах льна содержится 46% витамина F, который не синтезируется в организме, а привносится извне, большое количество витаминов A и E. В состав льняного масла входят ценные полиненасыщенные жирные кислоты:  $\alpha$ -линоленовая кислота – 63%; линолевая кислота – 16%; олеиновая кислота – 13,4%. К сожалению, льняное масло не рекомендуется для высокотемпературной тепловой обработки, так как теряет пищевую ценность и образуются канцерогенные соединения. Поэтому, целесообразно использование льняного семени в виде присыпки к булочкам.

Облепиховое масло является уже давно хорошо себя зарекомендовавшим лечебным средством. В состав облепихового масла входят следующие жирные кислоты: миристиновая жирная кислота, пальмитиновая, пальмитоолеиновая, стеариновая, олеиновая, цис-вакценовая, линолевая, линоленовая. Также оно богато биологически активными жирорастворимыми веществами: витамины, стерины, фосфолипиды и др. Является богатым источником каротина и каротиноидов.

Подсолнечное масло отличается высоким содержанием жира, полиненасыщенных жирных кислот (60 %), входящих в мембрану клеток человека, и витамина E.

Высокой пищевой ценностью обладают также оливковое и кукурузное масла. Кукурузное масло содержит две незаменимые кислоты – линолевую и линоленовую, количество линолевой кислоты немного меньше, чем в подсолнечном масле, но линоленовой – больше. Содержание токоферолов в нем меньше, чем в подсолнечном, зато витамина E – больше в 3 раза. А вот оливковое, напротив, содержит мало линолевой кислоты токоферолов и витамина E, зато много линоленовой и олеиновой кислоты и обладает желчегонным действием.

Кунжутное масло содержит большое количество полиненасыщенных жирных кислот, фитостерин и сезамолин – антиоксидант, омолаживающий клетки; витамины A, B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, P, лецитин, кальций, железо, маг-

ний, фосфолипиды, флавоноиды.

Предварительный расчет пищевой ценности булочек с различными растительными маслами: образец 1 – облепиховое масло; образец 2 – оливковое масло; образец 3 – кукурузное масло; образец 4 – подсолнечное масло; образец 5 – кунжутное нерафинированное масло и контрольный образец со сливочным маргарином показал, что жирно-кислотный состав булочек с маргарином и булочек с добавлением растительных масел существенно отличаются, различия в аминокислотном составе незначительны (табл. 1) [1].

Ненасыщенные кислоты особенно усиленно изучались учеными в течение последних 20 лет. Установлено, что наиболее эффективными ингредиентами этой группы являются ненасыщенные жирные кислоты с расположением первой двойной связи, считая от CH<sub>3</sub>-группы, между третьим и четвертым углеродными атомами – омега-3-жирные кислоты.

Ненасыщенные жирные кислоты участвуют в расщеплении низкоплотных липопротеинов, холестерина, а также в гидрогенизационных процессах, предотвращают агрегацию кровяных телец и образование тромбов, снимают воспалительные процессы.

Ненасыщенные жирные кислоты снижают риск следующих заболеваний: ожирение, тромбозы, псориаз, доброкачественные опухоли, артрит, аритмия, язвенные колиты, высокое кровяное давление, рак, диабет, атеросклероз и различные воспалительные процессы [5].

#### **Разработка рецептуры и технологии приготовления мелкоштучных хлебобулочных изделий функционального назначения**

Основываясь на современных представлениях науки о питании и разработанной концепции развития хлебопекарной отрасли, приоритетным направлением развития ассортимента хлебобулочных изделий можно считать расширение ассортимента мелкоштучных хлебобулочных изделий улучшенного качества.

Доказано, что использование различных растительных масел при замесе теста не требует существенного изменения технологии приготовления хлебопекарной продукции. На основании проведенного нами исследования была разработана технология приготовления булочек из сдобного дрожжевого теста с добавлением различных растительных масел (табл. 2).

В кулинарной практике очень часто приходится сталкиваться со своеобразным приемом раздробления масла на мельчайшие капельки

в какой-либо другой жидкости. Такие системы – эмульсии. Получаемые грубодисперсные системы, в которых как дисперсная фаза, так и дисперсионная среда являются жидкостями, не смешивающимися между собой. Следует отметить, что тонкодиспергированный жир легче усваивается организмом человека. Поэтому растительные масла рекомендуется вводить в тесто на стадии приготовления эмульсии.

Практическая часть нашей работы велась в кондитерском цехе Учебно-научно-производственного комплекса общественного питания и торговли (УНП ОПТ) «Альянс». Здесь нами проводилась выпечка мелкоштучных хлебобулочных изделий из сдобного дрожжевого теста с добавлением подсолнечного, кукурузно-

го, оливкового, облепихового и кунжутного масел в виде эмульсий и с добавлением растопленного маргарина в конце замеса по классической рецептуре (№1024). Замес теста проводился опарным способом. Сущность опарного способа заключается в приготовлении теста в две стадии: первая – приготовление опары, вторая – приготовление теста.

Опара густая готовится влажностью 45 – 50% из 45 – 55% муки от общего количества, муки и дрожжей. В дежу вливают подогретую до 40°C воду (70% от общего количества воды), добавляются разведенные дрожжи и сахарный песок в количестве 2 – 3% от общего количества. Оставляют на 20 – 30 мин для активации дрожжевых клеток, высыпают муку (40% от

**Таблица 1 - Пищевая ценность сдобных булочек с различными растительными маслами (на 1000 г теста)**

Показатели	Контрольный	Образец 1	Образец 2	Образец 3	Образец 4	Образец 5
Белок, %	7,79	7,77	7,77	7,77	7,77	7,77
Липиды, г	7,2	8,55	8,45	8,44	8,44	8,45
Зола, %	0,4	0,45	0,45	0,45	0,45	0,441
Аминокислотный состав:						
незаменимые а.к., мг	1959,5	1959,5	1959,5	1959,5	1959,5	1959,5
заменимые а.к., мг	4389,05	4389,05	4389,05	4389,05	4389,05	4389,05
Жирнокислотный состав:						
триглицериды, г	5,825	7,06	7,045	7,055	7,055	0,2156
фосфолипиды, г	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
б-ситостерин, г		0,02	0,02		0,01	
эргостерин	0,007	0,005	0,005	0,005	0,005	0,005
насыщенные, г	1,55	1,06	1,18	1,01	0,88	1,135
мононенасыщенные, г	3,25	1,45	4,7	1,74	1,73	2,85
полиненасыщенные, г	1,089	4,32	1,159	4,299	4,44	3,429

**Таблица 2 - Рецептура и режим приготовления сдобных мелкоштучных хлебобулочных изделий с добавлением различных растительных масел (на 1 кг теста в г)**

Наименование сырья и показателей процесса	Расход сырья и параметры по стадиям технологического процесса
Мука пшеничная хлебопекарная в/с, г	640
Дрожжи прессованные хлебопекарные, г	23
Вода, г	по расчету
Сахарный песок, г	46
Яйцо куриное, г	69
Растительное масло, г	58
Соль, г	8
Влажность теста, %	33
Продолжительность брожения опары, мин	60
Продолжительность брожения теста, мин	120
Расстойка, мин	45
Количество штук в 1 кг	15 – 20

общего количества), перемешивают до получения однородной массы. Поверхность опары посыпается мукой и ставится в расстоечный шкаф при температуре 40°C на 60 – 90 минут до увеличения ее в объеме в 2 – 2,5 раза.

В остальной жидкости разводят соль, сахар, яйца, добавляют к опаре, всыпают оставшуюся муку и жировой продукт. Замес теста проводился в тестомесильной машине интенсивного действия. Тесто помещается в расстоечный шкаф при температуре 40°C на 60 – 90 мин для брожения. За время брожения два раза производится обмишка.

После формования тестовые заготовки поступают на окончательную расстойку. Цель расстойки – восстановить нарушенную при формовании структуру теста и обеспечить разрыхление тестовой заготовки за счет выделения диоксида углерода. Расстойка производится при следующих параметрах среды: температура 40°C и относительная влажность  $H > 70\%$ , в течение 40 – 45 минут.

Весь комплекс процессов, связанных с производством хлебобулочных изделий, завершается выпечкой. Выпечка – это процесс, при котором расстаивающаяся выпекаемая тестовая заготовка в пекарной камере, подвергаясь гидротермической и тепловой обработке, превращается в готовое изделие, существенно отличающееся от исходной тестовой заготовки размерами, внешним видом, ароматом, структурой, коллоидными, физическими и другими свойствами. Тестовые заготовки массой 50 г округлой формы выпекались на одном поде в конвекционной печи при температуре 190 – 200°C в течение 15 мин [4].

При выпечке масса тестовой заготовки уменьшается. Эту потерю в хлебопекарном производстве принято называть упеком. Упек – это разность между массой тестовой заготовки перед посадкой ее в печь и массой готового хлеба из нее в момент выхода из печи [3].

*Упек изделий составил:*

- контрольный образец – 6,36%;
- изделия, содержащие кунжутное масло – 7,94%;
- изделия, содержащие оливковое масло – 9,38%;
- изделия, содержащие кукурузное масло – 9,76%;
- изделия, содержащие облепиховое масло – 11,54%;
- изделия, содержащие подсолнечное масло – 12,8%.

Упек является самой большой технологической потерей производства хлеба, которая не может быть сведена к нулю. Ранее известна зависимость упека от ряда факторов, таких как масса тестовой заготовки, удельная поверхность изделия, конфигурация формы хлеба, температура среды и влажность паровоздушной среды пекарной камеры во втором периоде. В данном исследовании наблюдается влияние рецептуры хлебобулочных изделий на упек, так как остальные факторы влияния на упек были одинаковы. Содержание сухих веществ в маргарине и растительном масле существенно различается.

Влияние вносимого сырья на свойства и подъемную силу прессованных хлебопекарных дрожжей

Интерес к дрожжам объясняется тем фактором, что они являются необходимым ингредиентом, обеспечивающим требуемое газообразование для разрыхления теста и придающим хлебобулочным изделиям характерный вкус и аромат.

Способность хлебопекарных дрожжей разрыхлять тесто зависит от активности их ферментативного комплекса, наличия сбраживаемых сахаров и веществ, участвующих в процессах жизнедеятельности дрожжевых клеток, а также параметров технологического процесса. Действующий в настоящее время в нашей стране ГОСТ 171 – 81 «Дрожжи хлебопекарные» свидетельствует о том, что технологические свойства дрожжей оцениваются в основном по показателю подъемной силы – продолжительности подъема теста, приготовленного по стандартной рецептуре на определенную высоту. Дрожжи удовлетворительного качества должны иметь подъемную силу не более 70 мин. В практике хлебопекарного производства технологические свойства дрожжей оцениваются по скорости сбраживания сахаров, а именно по длительности подъема теста на определенную высоту [3].

В нашей работе мы определяли зависимость подъемной силы дрожжей от вносимого в рецептуру сырья. Готовились пять образцов опары по вышеуказанной рецептуре с добавлением следующих растительных масел (в количестве 40 % от общего объема): подсолнечное, кукурузное, оливковое, кунжутное и облепиховое. Дрожжи вносились в количестве 3,5 % к массе муки. Для сравнения в исследовании выделялся один контрольный образец с использованием растопленного маргарина (рецептура №

1024). Температура опары в конце замеса составила 32°C. Образцы помещались в термостат при температуре 40°C. Изменения регистрировались каждые 2 – 5 минут в течение 1 часа. Результаты представлены на графике, рис. 1.

Известно, что вид и состав шортенинга (жирового продукта) играют значимую роль в формировании качества хлебобулочных изделий, которая связана с защитными свойствами жировых пленок на дрожжевую микрофлору.

Однако, при определении подъемной силы прессованных дрожжей наблюдаются различия в показаниях контрольного образца и образцов с добавлением растительных масел. Подъемная сила дрожжей в контрольном образце оказалась наименьшей. Самыми высокими показателями обладали образцы с добавлением кукурузного и оливкового масла.

Богатый химический состав растительных масел, а именно – высокое содержание мононенасыщенных жирных кислот, минеральных веществ и витаминов, важных для питания дрожжевых клеток, оказывает положительное влияние на подъемную силу дрожжей. Пищевая ценность используемых в эксперименте растительных масел представлена в табл. 3. Выявлено, что внесение растительных масел в виде эмульсий при замесе опары способствует сокращению длительности активации прессованных дрожжей до одного часа (в то время

как активация прессованных дрожжей на водно-мучной смеси длится в течение трех часов), улучшается их подъемная сила, сокращается длительность брожения теста и расстойки.

#### Влияние вносимого сырья на качество хлебобулочных изделий

Установлено, что внесение растительных масел при замесе теста оказывает, в целом, положительное влияние на качество готовых изделий (табл. 4).

При внесении в изделия кукурузного и подсолнечного масла пористость хлеба становится не достаточно равномерной, цвет и реологические свойства мякиша при этом не изменялись.

Изделия с содержанием в составе облепихового масла имели характерный ярко желтый цвет корки и мякиша на разрезе, что визуальнo заинтересовало потребителей.

При внесении в рецептуру хлебобулочных изделий растительного масла в виде эмульсии пористость повышается в среднем на 0,5%.

Так же нами наблюдался процесс хранения выпеченных булочек. Как известно, у мелкочпуточных изделий процессы черствения наблюдаются несколько раньше, чем у изделий большой массы. Корка при этом превращается из мягкой и эластичной в хрупкую и твердую; мякиш из мягкого и легко сжимаемого становится сухим, крошащимся, твердым. Нами изу-

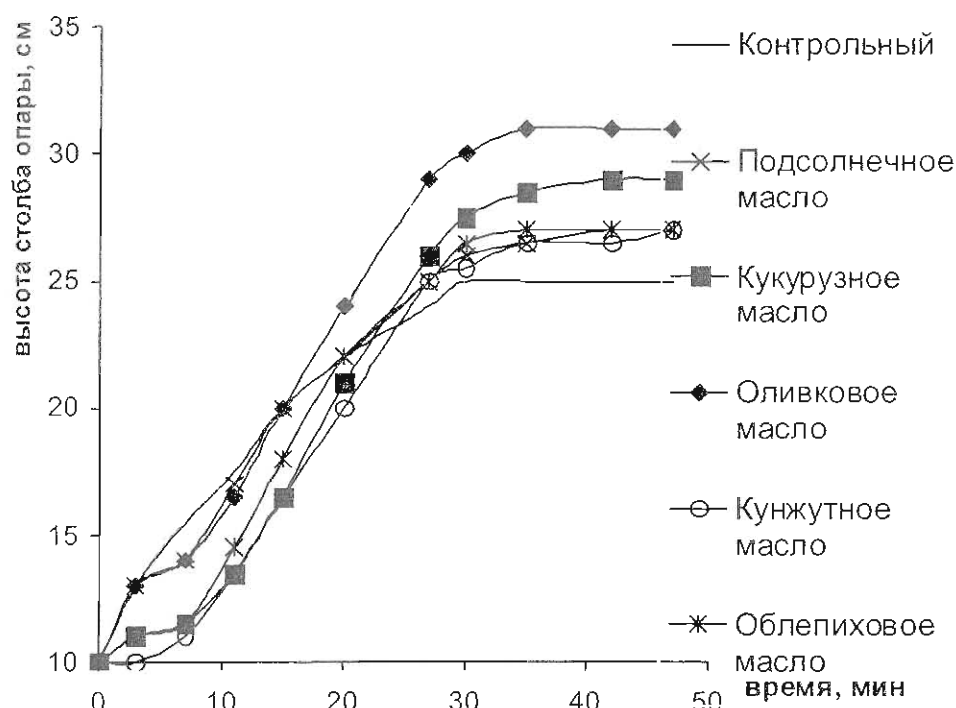


Рисунок 1. Зависимость длительности подъема теста от вносимого в рецептуру сырья

чались образцы с использованием в рецептуре кукурузного, подсолнечного, оливкового масла и контрольный образец с внесением маргарина. Изделия хранились в течение двух суток при температуре воздуха  $20 \pm 2^\circ\text{C}$ , влажности 75%. Взвешивание изделий проводилось сразу после выпечки, после остывания и далее каждые шесть часов до полного очерствения. Данные исследований показаны на графике (см. рис. 2).

Интенсивное усыхание изделий происходит в первый период их хранения и остывания до температуры остывочного отделения вследствие повышенной температуры мякиша, создающей градиент температуры между коркой и мякишем. Под влиянием этого температурного градиента влага перемещается к корке. После охлаждения изделия, содержащие оливковое масло, потеряли 0,7% массы; изделия, содержащие кукурузное масло – 1,7% массы; изделия, содержащие подсолнечное масло – 2,6% массы, изделия, содержащие маргарин (классическая рецептура) – 3,6% массы.

После остывания изделия и достижения им температуры помещения градиент температуры равен нулю, термодиффузия влаги и усыхание изделия прекращаются и начинаются процессы, которые принято называть «черствением». Общие потери массы изделий в течение всего срока хранения составляют: контрольный образец – 49,8%; изделия, содержащие кукурузное масло – 46%; изделия, содержащие подсолнечное масло – 44,4%; изделия, содержащие оливковое масло – 43,5% [3].

Физико-химические изменения, происходящие в изделиях, являются следствием старения крахмала и белка. Ведущая роль в черствении хлебобулочных изделий отводится изменениям крахмала, который составляет 60 – 70% свежесвыпеченного изделия. При хранении происходит так называемый процесс ретроградации крахмала, т.е. обратный переход его в кристаллическое состояние. По данным исследования, мы видим различия в потерях массы изделий при хранении. Самые

Таблица 3 - Пищевая ценность различных растительных масел, мг на 100 г.

	Подсолнечное масло	Кукурузное масло	Оливковое масло	Облепиховое масло	Кунжутное масло
Липиды, г	99,90	99,90	99,80	99,90	99,90
триглицериды	99,20	99,20	99,0		99,25
фосфолипиды			-		
$\beta$ -ситостерин	0,20	-	0,30		0,40
Насыщенные жирные кислоты, в том числе:	11,30	13,30	15,75		14,20
- пальмитиновая	6,20	11,10	12,90		8,90
- стеариновая	4,10	2,20	2,50		4,90
- арахидовая	0,30	-	0,35		0,30
- бегеновая	0,70	-	-		сл.
Мононенасыщенные жирные кислоты, в том числе:	23,80	24,00	66,90		40,20
- пальмитоолеиновая	сл.	-	1,55		0,20
- олеиновая	23,70	24,00	64,90		39,90
- гадолеиновая	сл.	-	0,50		сл.
Полиненасыщенные жирные кислоты, в том числе:	59,80	57,60	12,10	49,95	40,30
- линолевая	59,80	57,00	12,00		40,30
- линолпоявая	-	0,60	0,1		сл.
Витамин E, в том чис- ле, % к сумме токофе- ролов:	67	93	13	30	92
- $\alpha$ -токоферол	92	12	90		4
- $\beta$ + $\gamma$ -токоферолы	3	81	10		85
- $\delta$ -токоферол	5	7	-		11

большие потери обнаруживаются для контрольного образца с использованием маргарина. И самые наименьшие потери для образца, в рецептуре которого использовалось оливковое масло. Предположительно, разница во времени черствения связана с жирно-кислотным составом исследуемых изделий (табл.1). Следовательно, можно сделать вывод о том, что высокое содержание мононенасыщенных жирных кислот именно в составе эмульсий приводит к уменьшению набухаемости крахмальных зерен и как следствие, замедлению процесса черствения хлебобулочных изделий, так как влага в изделиях в данном случае находится в связанном состоянии. Когда углеводородные цепи мононенасыщенных жирных кислот вступают в спиральную структуру ами-

лозы и амилопектина крахмала, происходит образование комплексных соединений, приводящих к предотвращению рекристаллизации крахмала и замедлению процесса ретроградации. Жир также способствует эластичности мякиша, поскольку смягчает соединения зерен крахмала с каркасом клейковины [1, 3].

В меньшей степени на процесс черствения хлебобулочных изделий оказывает изменение белков. Образовав каркас в тесте в процессе вымешивания, клейковина оказывает большое влияние на физические свойства теста и качество хлеба. Взаимодействие полярных липидов и эмульгаторов с клейковиной повышает стабильность теста, улучшает его газоудерживающую способность, механическую упругость и эластичность. Клейковина более актив-

**Таблица 4 - Влияние различных растительных масел на качество хлебобулочных изделий**

Показатели	Контроль	С внесением различных растительных масел				
		Кукурузное масло	Кунжутное масло	Облепиховое масло	Подсолнечное масло	Оливковое масло
Пористость, %	91,3	92,1	91,7	91,4	91,8	86,2
Правильность формы	Правильная					
Окраска корок	равномерная желтая	равномерная желтая	равномерная желтая	равномерная темная желтая	равномерная желтая	равномерная бледно желтая
Состояние поверхности корки	Гладкая без трещин и подрывов, глянцевая					
Цвет мякиша	белый с желтоватым оттенком	белый с желтоватым оттенком	белый с желтоватым оттенком	ярко желтый	белый с желтоватым оттенком	белый с желтоватым оттенком
Структура пористости	поры мелкие, равномерные	поры различной величины, распределены неравномерно	поры мелкие, равномерные	поры мелкие, равномерные	поры различной величины, распределены неравномерно	поры мелкие, равномерные
Реологические свойства мякиша	удовлетворительно мягкий, эластичный	мягкий, нежный, эластичный	мягкий, нежный, эластичный	мягкий, нежный, эластичный	мягкий, нежный, эластичный	мягкий, нежный, эластичный
Запах	Выраженный, характерный хлебный					
Вкус	Выраженный, характерный хлебный					
Общая хлебопекарная оценка	22	22,7	23,1	23,5	21,9	22,7

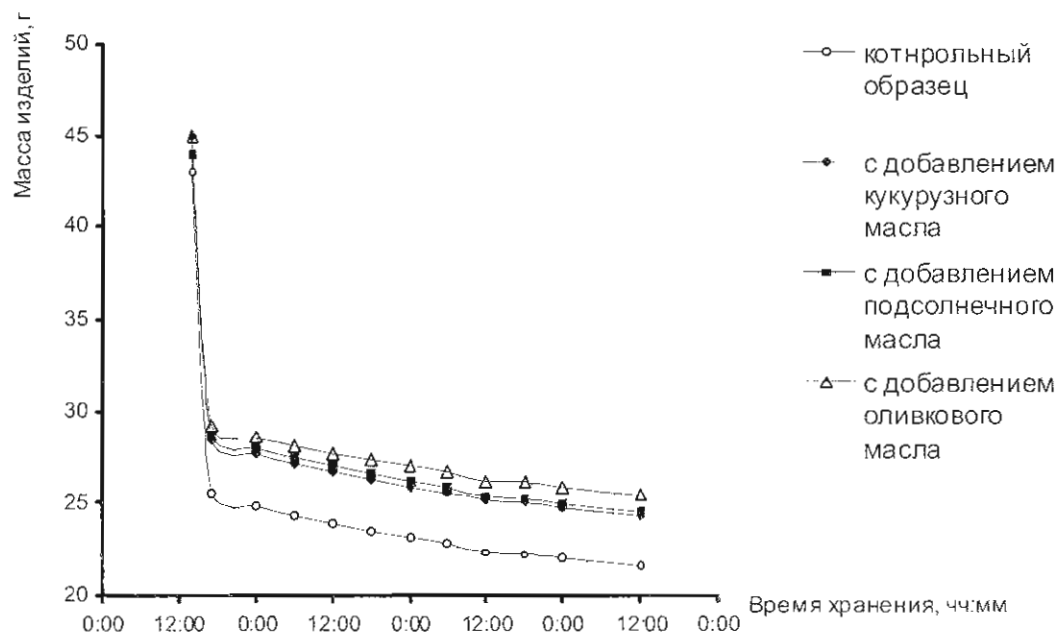


Рисунок 2. Динамика изменения массы булочек при хранении

но взаимодействует с ненасыщенными, чем с насыщенными жирными кислотами [3].

#### Общие выводы

Разработана рецептура приготовления теста сдобного дрожжевого на опаре с использованием различных растительных масел. Использование последних при замесе сдобного дрожжевого теста позволяет получать продукцию функционального назначения с пониженным содержанием холестерина и с повышенным содержанием мононенасыщенных жирных кислот (линолевая и линоленовая) и витаминов.

Установлено, что введение при замесе опары растительных масел в виде эмульсий улучшает питание дрожжей и оказывает положительное влияние на качество готовых изделий.

Внесение в рецептуру хлебобулочных изделий различных растительных масел за-

медляет окислительные процессы, происходящие при хранении изделий, т.е. позволяет продлить сроки хранения готовых изделий.

Установлено, что введение растительных масел при замесе теста в виде эмульсий оказывает в целом положительное влияние на качество изделий. Пористость изделий повышается в среднем на 0,5% по отношению к контрольной пробе.

Дальнейшие исследования в данной научной области будут связаны с изучением устойчивости вышеописанных изделий к микробиологическому повреждению. А также представляется актуальным дальнейшее исследование пищевой ценности, физико-химических показателей данной продукции после выпечки, особенно после замораживания полуфабрикатов и выпечки после дефростации.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Химический состав пищевых продуктов / Под ред. проф. д.т.н. И.М. Скурихина, проф., д.б.л. М.Н. Волгарева. — М.: ВО «Агропромиздат», 1987. — 224 с.
2. Ванханен В.В., Ванханен В.Д. Учение о питании. — Донецк: Донеччина, 2000. — 352 с.
3. Пучкова Л.И., Поландова Р.Д., Матвеева И.В. Технология хлеба. — СПб.: ГИОРД, 2005. — 559 с.
4. Сборник рецептов блюд и кулинарных изделий / А.И.Здобнов, В.А. Цыганенко, М.И. Пересичный. — Киев: А.С.К., 1998. — 656 с.
5. Кочеткова А.А., Колеснов А.Ю. Современная теория позитивного питания и функциональные продукты // Пищевая промышленность. 1999. № 4. С. 7 — 10.

## ИСТОРИЯ, ФИЛОСОФИЯ, ФИЛОЛОГИЯ

УДК 339.3

### ИСТОКИ ТОРГОВЛИ НА РУСИ

© 2008 Ю.К. Баженов\*

*Автор осмысливает начало торговых отношений в Русском государстве, пытаясь увязать их с реалиями сегодняшнего времени. По его мнению, современным предпринимателям негоже забывать добрые старые торгово-экономические традиции и символы, многократно проверенный веками исторический опыт хозяйствования на Русской земле.*

**Р**озничная торговля – категория историческая. На ее развитие всегда оказывали влияние экономика, политика, правовые основы государства. Изучение прошлого выявляет не только исторический путь становления и организации торговли, а также дает ценный практический опыт.

Торговля возникла в период разложения первобытнообщинного строя с появлением общественного разделения труда и товарно-денежных отношений. В древние времена уже формировались основные черты будущей предпринимательской деятельности.

Сосредоточием торговли был город. На торговых путях, их перекрестках возникали поселения, которые вырастали в города. Известный русский историк Иван Егорович Забелин (1820 – 1908 гг.) отмечал: «Главным двигателем в создании таких городов является всегда народный промысел и торг, который ищет для своих целей добрых сподручных путей или доброго пристанища и, повинувшись естественным географическим путям и топографическим удобствам международного сообщения, всегда сам указывает, сам намечает, сам избирает место, где устраивать узел своих работ и действий, именуемый городом.

Такой узел-город всегда существует до тех пор, пока существуют создавшие его потребности промысла и торга. Как только они

исчезают или меняют направление своих путей, – приходит в упадок – а иногда и совсем исчезает – и созданный город.

Но если эти потребности остаются по-прежнему деятельными и живыми, то их узел-город, несмотря на жестокие исторические случайности, остается тоже всегда живым и деятельным. Разрушат, сожгут, истребят его, сотрут с лица земли, – он мало-помалу зарождается снова и опять живет, и еще в большей красоте и славе. Истребят его на одном месте – он переносит свою жизнь на другое, но все в тех же окрестностях, где продвигается создавший его промысел и торг.

Город, таким образом, и своим зарождением, и своим богатством, и процветанием всегда является только выразителем проходящих в этой местности торговых и промысловых народных сношений и связей, и само собой разумеется, что бойкий перекресток таких связей и сношений особенно способствует возникновению даже не одного, но многих городов.

Во всем мире все знаменитые и господствующие до сих пор города нарождались и развивались силой указанных причин и обстоятельств» [1, с. 9].

Благодаря торговле не только прокладывались пути, дороги, строились города, но и создавалось благоденствие этих городов, княжеств, населения. Русский и украинский

*Баженов Юрий Константинович – доктор экономических наук, профессор кафедры маркетинга и рекламы Российского университета кооперации, академик Международной академии информатизации.*



историк Н.И. Костомаров (1817 – 1885 гг.), как само собой разумеющееся, писал: «Новгородская земля была до крайности бедна земледельческими произведениями. Благополучие Новгорода опиралось единственно на торговлю» [2, с. 63].

Специфика основной хозяйственной деятельности населения Новгорода, очевидно, определила здесь демократические формы управления, решения основных политических и экономических вопросов на Народном Вече.

(Кстати, известный историк Н.И. Костомаров окончил Харьковский университет, работал в Киевском, Петербургском университетах. С выдающимся украинским поэтом и общественным деятелем Т.Г.Шевченко и другими Костомаров создал тайное Кирилло-Мефодиевское общество. Он был одним из организаторов и сотрудников украинского журнала «Основа», выходившего на украинском и русском языках).

Торговля имела большое значение в период существования раннеклассовых обществ на Древнем Востоке, в Греции и Риме. В VII – VI вв. до н.э. с образованием городов появляются общественно-торговые центры – агоры<sup>1</sup>. Вокруг них располагались жилые кварталы. Ведущее место в застройке городов занимала рыночная площадь. Рынок как место торговли строился в форме прямоугольника, окруженного с трех или четырех сторон колоннадой, за которой располагались торговые лавки и склады. Это были первые стационарные торговые сооружения.

В Древнем Риме (особенно в период существования империи) площадь рынка была частью сложного комплекса строений – форума<sup>2</sup>. Форум в древнеримских городах представлял собой место торговли и центр политической жизни. В самом Риме было несколько форумов – только рынков. Форум, где находились храмы главных богов – покровителей города, базилики<sup>3</sup> для суда и других целей, здания городского управления, окаймлялись портиками<sup>4</sup> и украшали статуи. В императорский период число рыночных площадей быстро росло, и римский форум представлял собой ансамбль архитектурных сооружений. Так называемый рынок Трояна, на территории которого размещались торговые ряды и амбары, как памятник архитектуры сохранился до нашего времени. Главные торговые площади древних городов были не только местом массового обмена,

местом проведения ярмарок, они служили местом общения людей.

Всем известна фраза: «Новое – это хорошо забытое старое». И действительно, изучая торговлю древнего времени, мы обнаруживаем прообразы современных торговых центров, торговых коридоров, пассажей, специализированных магазинов, некоторых современных методов торгового обслуживания.

Наиболее распространенными формами оказания услуг в древних Помпеях являлись таверны, гостиницы, харчевни. Источники сообщают, что на центральной улице города, которая названа археологами Стабийской дорогой и занимает 770 метров, было 20 харчевен. А всего в Помпеях было около 140 такого рода заведений. Понятно, что они конкурировали, и хозяева старались их всячески разукрасить, чтобы очаровать и привлечь прохожих.

На стенах домов очищенного от пепла города обнаружено великое множество политической, социальной и, главное, коммерческой рекламы: «Вышивка здесь стоит асса», «На доходы Фаустины баня мост городским обычаем и предлагает все услуги». Все раскопки в Помпеях говорят об интенсивной торговой деятельности в городах Римской империи, наличии разнообразных видов, типов, как теперь говорят, форматов торговых предприятий.

Две тысячи лет назад древнеримский философ Сенека писал своему приятелю: «Сейчас вокруг меня со всех сторон многоголосый крик: ведь я живу над самой башей... Прибавь к этому и перебранку, и ловлю вора... Прибавь и тех, кто с оглушительным плеском плюхается в бассейн... Вот и вообрази себе все многообразие звуков, из-за которых можно возненавидеть собственные уши. К тому же есть еще и пирожники, и колбасники, и торговцы всякими кушаньями, каждый на свой лад выкрикивающие товар» [3, с. 93].

Эти небольшие зарисовки говорят об активной торговой деятельности и в древние времена.

На территории Древнего Востока существовали караван-сарай, рыночные купольные постройки, торговые пассажи, отличавшиеся яркостью красок. В Бухаре до настоящего времени сохранились купольные сооружения (таки) рынка Заргараш и крытый рынок (гим) Абдулла-Хана. Бухара, имея многочисленное ремесленное население, в течение многих веков – центр караванной тор-

говли между Европой и Азией, торговли с Москвой и Нижним Повгородом.

В европейских городах торговые здания, расположенные на рыночной площади, окружали аркадные галереи, представляющие собой ряд одинаковых по форме и размеру арок, опирающиеся на колонны или столбы. Наибольшее распространение получили торговые лавки в домах торговцев и ремесленников. Позднее появились стационарные торговые ряды, а также отдельно стоящие двухэтажные торговые дома кушцов с аркадами на первом этаже и складами на верхнем.

В VII – VI вв. до н. э. по берегам Черного и Азовского морей располагался целый ряд греческих колоний. Они поддерживали оживленную торговлю с населявшими в то время южную Русь скифами. Греки ввозили предметы своей промышленности, а вывозили сырье. Главным предметом экспорта служил хлеб. Успехом славянской торговли было возникновение торговых городов на Руси; главным образом на водных путях «из варяг в греки», а затем из Прибалтийского края к Болгарскому и Хазарскому царству. Это Ладога, Новгород, Псков, Ростов, Чернигов, Киев.

На Урале найдены изделия византийской работы IV в. н.э. и среднеазиатские – III в. н.э., а Украина, Поволжье и лесная зона России издавна пополняют музеи медными украшениями II тыс. до н.э., точный химический анализ которых показывает, что сделаны они из меди, добытой на древних уральских коях.

О зарождении и развитии торговли на территории Руси И.Е. Забелин пишет: «Паша Русская страна, лежащая широкой равниной между северными и южными морями, с незапамятных для истории времен служила перекрестком в сношениях Запада с Востоком и Севера с Югом. Еще лет за 500 до Р. Х. античные греки чрез эту равнину с берегов Черного моря сносились с приуральскими народами и где-то около Саратова имели значительный деревянный город Гелон, со смешанным населением, в котором, однако, преобладали те же эллины – греки. Впоследствии те же греки, около времени Рождества Христова, с Азовского моря плавали к верховьям Дона, и в их преданиях сохранилось сведение, что аргонавты, возвращаясь с Кавказа домой в Грецию, проплыли по Дону до его вершины и там перенесли свои лодки в другую реку и по ней поплыли в океан (в

Балтийское море), а оттуда вокруг Европейского материка в Средиземное море. Вот еще в какое время проложен был круговой, около Европы, путь «из варяг в греки», из Балтийского в Черное море.

Торговые связи Древнего мира способствовали устройству многих значительных городов по побережью Черного моря, особенно при устьях Днепра, Днестра и Дона. Мед, воск, мягкая рухлядь, пушной товар, дорогие меха, рыба, невольники, хлеб искони привлекали сюда греческую предприимчивость. Прошло два тысячелетия, древние города и целые государства исчезли, а между тем потребности торга и промысла в этих местах остаются в своей силе, – вот причина, почему если не прямо на развалинах, то поблизости, здесь же, создавались новые города. Вместо древнейшего греческого Танаиды в устьях Дона теперь здравствует Ростов-на-Дону, всего в 12-ти верстах от прежнего; вместо древнейшей Паптикапси на ее же развалинах существует Керчь; вместо древнейшей Ольвии в устьях Буга и Днепра и существовавшего после нее византийского Херсониса-Корсуна (у Севастополя) – появилась их наследница Одесса, да, вероятно, такими же наследниками явятся и Николаев, и Севастополь, и Феодосия (Кафа).

Когда с течением веков зародилась полигическая и промышленная жизнь и в варварской Европе, и именно по Балтийскому морю, – промышленное и торговое движение тотчас же переплыло и в нашу русскую равнину, где пролегалла дорога с запада Европы к далекому Востоку, даже к богатой Индии. Этому движению особенно способствовали промышленные арабы, завоевавшие в VII веке почти все богатые закаспийские страны. Оттуда они направили свои торги от устья Волги и до самой Камы и далее по Волге же к самому Балтийскому морю. Арабские монеты (VII – XI вв.), находимые во множестве по этому пути, особенно на русской равнине, удостоверяют о живых и деятельных некогда сношениях друг с другом всех здешних народностей. Этот торговый путь, пересекавший в разных направлениях нашу страну по Волге, Западной Двине и особенно по Неману, протягивался и далее по берегам Балтийского моря, по южным и северным, вплоть до Великобритании и далее до Испании, в царство мавров.

Естественно, что на торной и бойкой дороге этого торга и промысла сами собой в

разных, наиболее удобных местах зарождались города, так сказать, станции и промышленные узлы, связывавшие в одно целое окрестные интересы и потребности» [1, с. 9 – 10].

Особо прочные торговые контакты с Византией сложились у северян-черниговцев, связывающих дальний север через главный свой торговый центр Любеч на Днепре с дальним югом через Северскую землю Тьмутаракань на Черном море. Любеч и Чернигов упоминались в договорах с греками. Именно в черниговской Черной могиле были найдены единственные в своем роде золотые византийские монеты времен императора Василия I, занимавшего царьградский престол в 869–870 годах. Русские купцы покупали золото, серебро, предметы роскоши, дорогие ткани. А русские меха издревле шли на юг, в том числе и в Багдад.

Арабский писатель Ибн-Хордодбе сообщал, что русские купцы «ходят на кораблях по реке Славонии, проходят по заливу столицы Хазарии, где владетель ее берет с них десятину. Иногда же они привозят свои товары на верблюдах в Багдад». То есть во времена Хазарского каганата русские бывали на далеских азиатских торжищах.

После принятия христианства вошло в обычай проводить торговые операции под покровительством церкви. В церквях хранились меры и весы, разного рода коммерческие записки, торговые книги. Торговые люди старались в тех городах, где они часто бывали, строить церкви. Это было очень удобно, т.к. церковные подвалы были надежным местом для хранения товара. В то время класс купцов еще не сложился, и торговлей занимались в значительной мере князья и бояре, сбывая излишки своих доходов. Впоследствии церкви станут крутыми торговцами.

Чингиз-хан в начале XIII в. уже знал, кто такие «орусы». Восточные купцы с незапамятных времен торговали с Русью, а русские были завсегдагатами в Царьграде.

В период развития феодальных отношений первые купцы – это выходцы из крестьянства, наиболее активные его представители. Именно эти люди меняли традиционный стиль, обычай общинной жизни. В Древней Руси купцы занимались внешней торговлей далеко за рубежами своих земель. На больших свободных площадях вокруг крупных поселений возникали центры торговли – торжки, ярмарки, городки. В старину городки представляли со-

бой группу жилых, служебных и торговых строений. Исторически древнее городское поселение – это огороженное укрепленной стеной крепость феодала, князя. Развитию торговли способствовали ремесла. На первых этапах товарного обмена рыночные отношения носили эпизодический меновой характер, что привело к образованию местных рынков. В подавляющей массе на такие рынки поступали товары, сделанные ремесленниками.

Первые деньги появились при Владимире крестителе (980 – 1014 гг.), в это время начинают чеканить монеты, чеканились они по образу и подобию византийских. Торговые пошлины (мыто) в это время были невысокими, но их было множество, пошлины взимались буквально за все: за проезд, продажу, провоз и т.д.

Историк Н.М. Карамзин подчеркивал, что у князя Владимира было 12 сыновей. Далее он пишет: «Владимир разделил государство на области и дал в удел Вышеславу Новгород, Изяславу Полоцк, Ярославу Ростов, ...Глебу Муром...» [4].

Ярослав Мудрый, прежде чем стать князем Киевским, создал на Волге город Ярославль, был сильным Новгородским князем. Внук Ярослава Мудрого Владимир Мономах, помимо многих ярких деяний построил город Владимир на р. Клязьме в 200 км от будущей Москвы. Сын Мономаха Мстислав в 1114 г. создал новгородские укрепления. Подобное можно рассказать и о других князьях, которые княжили попеременно и в Северной и в Южной Руси. Многие века это был единый народ, занимавший огромные пространства между Черным, Белым и Балтийским морями.

Интересно отметить, что создатель Москвы Юрий Долгорукий и сказочный богатырь Илья Муромец покоятся в Киевско-Печерской лавре и поныне.

Города становились основой развития торговли, складочными местами, в которых сосредотачивались массы товаров, распределяемые как по стране, так и за рубеж. Во времена княжения Владимира на Руси насчитывалось 25 городов, перед нашествием Орды (1237 г.) – 271, в царствование Ивана Грозного (1546 – 1584 гг.) – 715 и царе Алексее Михайловиче (1645 – 1676 гг.) – 923. Были среди них и очень большие по тем временам города. Карамзин Н.М. отмечал: «Немецкий летописец Дитмар, современник Владимиров,

уверяет, что в Киеве, *великом граде*, находилось тогда 400 церквей, созданных усердием новообращенных христиан, и восемь больших торговых площадей. Адам Бременский именует оный *главным украшением России* и даже *вторым Константинополем*. [4, с.120].

Русской княжне Анне, дочери Ярослава Мудрого, которая сочеталась браком с Генриком I, королем французским, Париж XI века показался большой деревней. Англичанин Р. Ченслер отмечал в 1554 г. что Москва по размерам превосходила Лондон.

На Руси вокруг городов возникало множество торговых и промысловых поселений. Сюда сходились для торговли, как тогда называли, для «гостьбы» - купцы, бобровники, бортники, зверолювы, сметокуры, лыкодеры и другие «промышленники». Эти места и получили название погостов от слова «гостьба». В этих местах совершались сделки, отсюда пошла традиция ярмарочной торговли.

В Древней Руси ремесло – мелкое ручное производство, подразделялось на домашнее ремесло, ремесло на заказ и ремесло на рынок.

Ремесло на рынок представляло собой мелкотоварное производство, при котором ремесленник либо сам продавал свои изделия на местном рынке, либо сбывал их купцу. С возникновением ремесел связано появление и развитие городов как ремесленно-торговых центров. Ведущими отраслевыми городскими ремеслами, работавшими на отдельный рынок, были сукноделие, выделка кож, производство металлических изделий.

Страшный удар по Руси нанесло татаро-монгольское нашествие, начавшееся в 1237 – 1240 гг. Города были обращены в груды развалин, имущество разграблено, население разбредлось по лесам. Монголы обложили народ непосильной данью и собирали ее с особой жестокостью. С начала XIV в. татаро-монгольское иго сделалось несколько легче. При дальности расстояний было неудобно получать дань натурой, путь до орды был неблизкий, многие продукты портились. Поэтому татары стали требовать в качестве дани золото и серебро. Собрание дани было поручено русским князьям. Это побудило князей чеканить монеты. Подтверждение этому – заимствованные у татар термины «деньга», «алтын».

В Древней Руси в IX – XVI вв. торговля осуществлялась с возок, через лабазы, амбары, лавки, палатки, ларьжи. Лабаз представлял собой помещение для про-

дажи и хранения зерна, муки и других товаров. Амбар – специальное сооружение для хранения зерна и муки. Строился он из кирпича, бутового камня, бревен и прочих местных стройматериалов. Устанавливали его на столбиках из кирпича или бревен для доступа воздуха снизу, чтобы лучше сохранить качество продуктов. Существовали так называемые лабазники, к которым относились владелец лабазы и продавец в лабазе, и ларечники – продавцы в торговой лавке.

С середины XVII в. появляются в городах каменные гостиные дворы и торговые ряды, ставшие памятниками русской архитектуры. Их появление связано с ростом объемов товарного производства и расширением ремесел. Только в Москве насчитывалось около 260 ремесленных специальностей. В рамках государственного хозяйства возникали крупные объединения (цеха) ремесленных мастеров, например, Пушечный двор, Оружейная палата, Палата золотых и серебряных дел.

В Москве местом наиболее оживленной торговли был Китай-город. Здесь были размещены торговые ряды и множество лавок, шалашей и других торговых мест, которых по переписи 1626 г. насчитывалось 1368 единиц. У восточной стороны Кремля в конце XV века образовалась площадь, которая первоначально называлась Торгом, в XVI в. – Троицкой в честь Троицкой церкви, находившейся в южной части площади, после опустошительного пожара 1571 г. стала называться Пожаром, а со второй половины XVII в. – Красной (т.е. красивой).

Площадь, занятая Верхними рядами, разделялась на три отделения. В первом отделении против Красной площади пространство от Никольской улицы до Ильицкой, которое заключало в себе восемь линий, имеющих свои названия по роду товаров. Каждая линия торговых рядов первого отделения имела восемь названий: Ножевая, Овощная, Шапочная, Суконная большая, Суконная малая, Скорняжная, Серебряная, Большая Ветошная или Покромная.

Пожевая линия имела новый Овощной и Седельный ряды, Шапочная – четыре ряда: Колокольный, Холщевый, Кафтанный и Шапочный ряды. Большая суконная – четыре ряда: Железный, Лопатный, Малый золотокружевной и Смоленский суконный. Суконная малая линия имела пять рядов: Сундучный, Нязной, Малый крашеный,

Большой золотокружевной, Затрапезный и Московский суконный. Поперек этой линии шел Большой ряд крашенный.

Скорняжная линия делилась на Бумажный, Епанечный (епанча – безрукавный плащ, бурка), Скорняжный и Шелковый ряды. Серебряная линия включала три ряда: Иконный, Женский кружевной, Малый ветошный и Серебряный. Линия Большая ветошная делилась на Перинный ряд, затем Большой ветошный и Сальный, лицом на Ильинку – панский ряд.

Судя по вышеизложенному, в те времена порядка в размещении товарных групп, отдельных товаров было больше, чем в ряде случаев сейчас. В настоящее время в Москве действуют радиорынки «Митино», «Горбушкин двор» и др. в добротных зданиях с современным оборудованием, эскалаторами и т.д. Вместе с тем, к примеру, компьютерная техника продается в торговых точках, разбросанных по всему зданию. Это касается и всех других товаров. Прежде чем определиться с выбором конкретного товара, покупатели теряют много времени и сил.

Недалеко от Красной площади расположились охотный ряд, лоскутный ряд, рыбный ряд. К сожалению, не сохранилось место в центре современной Москвы, где можно было бы вернуть название Обжорный ряд.

Сегодня мы видим в центре Москвы названия: Рыбный переулок, Хрустальный переулок и т.д. В других районах Москвы образовались улицы со своей торговой специализацией, названия которых сохранилось до наших дней: Гончарная, Кожевники, Поварская,

Мясницкая, Житная, Пушечная, Котельническая, Каменщики, Ветошный переулок (ветошь – пошенная одежда для самых бедных людей) и т.п. Все эти торговые ряды специализировались на розничной торговле. Вместе с тем в Москве существовали гостиные дворы, куда съезжались купцы как издалека, так и местные, осуществлявшие оптовую торговлю.

К счастью, торговые ряды, как и гостиные дворы, были частично возрождены в старинных русских городах, в частности, в Костроме, Суздале и ряде других, которые совмещают свой старый облик с современными методами обслуживания.

Первые гостиные дворы были построены в российских городах, где жили наиболее богатые купцы: в Костроме, Новгороде, Архангельске, Москве, Петербурге, Ярославле. Торговые обороты у купцов-гостей достигали несколько десятков тысяч рублей. Гостиные дворы – это первые крупные торговые здания, они строились обычно как прямоугольная площадь, обнесенная камешной или деревянной стеной с башнями и проездными воротами. По внутреннему периметру стен пристраивались торговые и складские помещения (обычно двухэтажные), объединенные открытыми галереями. В XVIII в. гостиные дворы, сохранив планировку в виде замкнутого прямоугольника, стали строить с открытыми на улицу аркадами или колоннадами. В некоторых русских городах (Костроме, Архангельске, Ярославле, Москве, Петербурге) торговые комплексы в зданиях бывших гостиных дворов сохраняют традиционное название.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Забелин И.Е.* История города Москвы. – М.: ЭКСМО, 2007.
2. *Костомаров Н.И.* Русская история в жизнеописаниях ее главнейших деятелей. – М.: Эксмо, 2007.
3. *Сенека Л.А.* Нравственные письма к Луциллию. – М., 1977.
4. *Карамзин Н.М.* Предания веков. М.: Правда, 1988.

<sup>1</sup> Агора – место проведения народных собраний.

<sup>2</sup> Форум – главная городская площадь.

<sup>3</sup> Базилика – античная, средневековая постройка.

<sup>4</sup> Порттик – крытая галерея, прилегающая к зданию.

УДК 1

## ФИЛОСОФСКИЕ СМЫСЛЫ И КОНТЕКСТЫ ИСТОРИЧЕСКОЙ НАУКИ

© 2008 В.А. Рубочкин, А.И. Ушаков\*

*В статье определяются философские проблемы, входящие в формат исторической науки, что связано с особенностью этой науки как важнейшего элемента духовной культуры и образования, как способа познания истории и формы национального самосознания, как социального института, выполняющего определенные общественные функции.*

Определение философских проблем, входящих в формат исторической науки, связано с особенностью этой науки как важнейшего элемента духовной культуры и образования, как способа познания истории и формы национального самосознания, как социального института, выполняющего определенные общественные функции. Отличительной особенностью философского аспекта в исторической науке является то, что в нем рассматриваются вопросы, выходящие за рамки конкретной исторической дисциплины и имеющие общее значение в целом для исторической науки. В философский круг исторической науки входят разные проблемы: аксиологические, эпистемологические, социально-культурные. Особое место в исторических дисциплинах занимают этические проблемы, поскольку историческая правда или преднамеренная ложь непосредственно влияют на общественную мораль, нравственный климат в обществе, могут укреплять или разрывать духовные скрепы, соединяющие народ в единое целое.

*Общие подходы к историческому познанию.* С философско-методологической точки зрения в изучении истории можно выделить два направления – онтологическое и эпистемологическое. При этом, нередко кризис в тот или иной период развития

исторической науки, в той или иной исторической науке<sup>1</sup> часто имел своей причиной абсолютизацию онтологического или гносеологического подхода к изучению истории. Представители онтологического направления концентрировали внимание на объекте истории, событиях, реальных процессах, оставая «за бортом» сам теоретико-познавательный процесс и роль в нем субъекта познания. Ограниченность такого подхода подвергалась справедливой критике, прежде всего, за элиминацию субъекта из создания исторической картины прошлого и отсутствие исследовательского интереса к методологии исторического познания.

Радикальные сторонники эпистемологического направления, напротив, исключали из процесса исторического познания его объект, предполагая, что его нет как реальности, он уже исчез вместе с людьми и событиями. Останки истории, лишь отдельные тексты, знания, материальные и письменные свидетельства. Поэтому процесс познания, по своей сути, сводится к «капитальному ремонту», реконструкции нового знания из старого материала. И эта концепция подвергалась острой критике. Еще в 1946 г. английский философ Р.Дж. Коллингвуд в своей работе «Идея истории» назвал ее «методом ножниц и клея», не без основания полагая, что по-

---

*Рубочкин Валерий Александрович – кандидат философских наук, доцент кафедры философии, социологии, политологии и истории Российского университета кооперации.*

*Ушаков Александр Иванович – доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой философии, социологии, политологии и истории Российского университета кооперации.*

добный подход к историческому познанию не приводит к получению нового знания, поскольку, на самом деле, все сводится к переписыванию старых данных из различных источников, «перетасовке колоды». Логический каркас может быть новым, но знания остаются старыми. Поэтому историк должен не переписывать старое, а решать существенные проблемы. Под исторической проблемой Коллингвуд понимает сложный вопрос, на который еще нет ответа, поэтому нет смысла искать его в старых источниках. Там можно обнаружить только определенный материал, предпосылки для решения проблемы.

Для каждого из этих подходов – онтологического и гносеологического – есть свои основания, на которых и строится процедура их аргументации. Но очевидна и *односторонность* этих подходов, «расстыковывающих» субъект, объект и процесс познания, отделяющих их друг от друга, подтверждающая слова Гегеля о том, что односторонность есть величайшее и самое распространенное заблуждение человеческого разума. Более того, эта односторонность, если ее только возможно осуществить реально, делает несостоятельным сам процесс исторического исследования. Как пишет Коллингвуд: «...Все теории познания, которые понимают его взаимодействие или отношение между субъектом и объектом, ...противопоставленными друг другу...делают историю невозможной»<sup>2</sup>

Односторонность, связанная с абсолютизацией одной стороны многостороннего явления, преодолевается выходом на новый виток знаний, в котором синтезируются рациональные идеи различных подходов (онтологического и гносеологического). Поэтому философия исторической науки, не создавая, как философия истории глобальные эпистемологические модели исследования истории, а, обращаясь непосредственно к когнитивной практике исторического познания, рассматривает в этом познании и онтологические, и гносеологические, и методологические проблемы. Проблематизация и характер рассмотрения эпистемологического материала вытекают из необходимости рационального осмысления различных способов и методов исторического познания, выяснения связанных с ними новых исследовательских направлений и методологий.

*История как идеальная модель прошлого.* Есть существенное различие между пред-

метом естественнонаучных дисциплин и областью исторической науки. Если предмет первых теорий представляет собой *действительность*, с которой имеет дело, изучающий его ученый, то область изучения историка – *минувшая реальность*, прошлое. Никогда и ни один историк не может воочию увидеть ее подлинный лик, как ни один смертный не может поднять покрывало мифической богини, скрывающей ее тайцу. Это обстоятельство имеет ключевое значение для эпистемологии исторической науки, ее принципиального отличия от методологии познания в других научных дисциплинах.

В эпистемологии исторической науки возникает специфическая интерпретация *принципа наблюдаемости*. Если в классическом естествознании этот принцип исходит из того, что объект познания находится непосредственно перед ученым, который исследует его на основе эксперимента и теоретического (в частности, математического) обоснования, то в исторической науке такое понимание принципа наблюдаемости не может быть положено в основу исследовательской деятельности. В данном случае принцип наблюдаемости может рассматриваться более адекватно по аналогии с неклассической физикой, и быть связанным с созданием *идеальной модели* (конструкции) действительности, которая в той или иной степени соответствует исторической ситуации.

Историк всегда имеет дело не с самой действительностью, а с ее репрезентацией в исторических источниках (вещественных, письменных, изобразительных и др.), которые в принципе идеальны и абстрактны в том смысле, что не могут охватить все многообразие действительности. Идеальная модель абстрактна по своей гносеологической природе, поскольку она отвлечена от всего многообразия реальности. Действительно, историк не может репродуцировать все многообразие исторической ситуации, ее даже нет в тех материалах, которыми он пользуется. Он стремится понять главное, существенное, не имея возможности охватить прошедшие события во всех его многоаспектных связях и проявлениях. Поэтому результатом исторического познания всегда является определенная *модель понимания* прошлого, исторический текст, дискурс или созданный ученым облик исторического времени.

Таким образом, изначально, (по необходимости, а не по выбору) в исторической

науке используется *метод репрезентации*, смысл которого заключается в замещении реального объекта исследования его идеальной конструкцией – моделью, языковой структурой, текстом, символами, которые выступают в качестве «посредника» (медиума) между исследователем и реальным историческим объектом познания, или другими словами *представляют* объект исследования. Данный метод значительно повышает роль субъективного фактора в историческом познании, поскольку сам исследователь выбирает, что будет замещать объект познания. Поэтому любая репрезентативная конструкция в исторической эпистемологии представляет не только объект, но и в определенной мере субъект познания, уровень его понимания проблемы и креативных возможностей. Здесь присутствует и этический аспект, связанный с тенденциозным или идеологически ангажированным выбором материала – негативного или позитивного. Этим во многом объясняется конъюнктурное «переписывание истории». Разумеется, история – это не пацидательный роман, историк не придает событиям деонтологический смысл, не описывает их с этической точки зрения – как они должны происходить, а пишет о том, какими они были на самом деле. «Истинная история – утверждал Ф. Бэкон – излагает ход событий, совсем не заботясь о том, чтобы он демонстрировал торжество добродетели и наказания порока»<sup>3</sup>.

Итак, текстуальная история (представленная в исторической науке) в отличие от реальной истории, является *идеальной* моделью прошлого. В этой связи возникает существенный для исторической науки вопрос о том, как эпистемологически связаны между собой историческая реальность и ее идеальность, отраженная в науке. Это – вопрос философского значения, как писал Гегель, «реальность и идеальность обычно рассматриваются как два определения, противоречащие друг другу с одинаковой самостоятельностью, и, согласно этому, говорят, что кроме реальности есть *также* идеальность. Но идеальность не есть нечто, имеющееся вне и наряду с реальностью, а понятие идеальности, несомненно, состоит в том, что она является *истиной* реальности (курсив наш)...»<sup>4</sup>. У Гегеля в термин «идеальность» вкладывается глубокий сущностный смысл, берущий начало от платоновского понимания идеи как под-

линной сущности реального. В этой связи возникает принципиальный для эпистемологии исторической науки вопрос: может ли быть идеальная модель, созданная историческим текстом, *истиной* изучаемого прошлого? Ответ на него связан с пониманием сущности исторической истины, достоверности исторических знаний. Этот вопрос актуален не только для выбора исторических теорий по критерию их адекватности действительности, но и для определения оснований критического анализа и оценок исторического материала. Он также важен и для выделения самой исторической науки из общего исторического дискурса, в котором существуют различные исторические жанры: литература, искусство, кино, поскольку подлинно научное знание всегда отличается от других форм знаний высокой степенью достоверности.

Когда речь идет об идеальной модели исторической действительности, то следует иметь в виду, что идеальность обладает *действительным* (а не вымышленным) содержанием только тогда, когда является идеальностью *чего-то*. От этого «чего-то», то есть от того, с каким историческим материалом имеет дело историк, в определяющей степени зависит его приближение к исторической истине. Это – во-первых. Во-вторых, в исторической науке содержится особого рода идеальность, отличная от мифа, религии и искусства, в которых также отражаются исторические события. В науке представлен не образ (мифический или художественный), а *понимание* исторического события. Не в образах, а в *понятиях*, объединенных в концепции и теории, осуществляется научная репрезентация истории. Термин «понятие» связан со словом «понимать». Иметь понятие об историческом событии значит *понять* его. Понятие нередко путают с представлением. Гегель справедливо писал о том, что большинство людей имеют представления, а не понятия о вещах. Это еще в большей мере относится к истории. Если для литературного жанра исторические данные, первоисточники являются уже своего рода истиной, которую они стремятся выразить в эмоционально-чувственной форме и авторской позиции, то эти же материалы для науки являются только фактами, которые она логически осмысливает и «возвышает» до уровня понятий и теории.

Именно понятия образуют основу языка науки. Оперирование понятиями – характер-



ный признак научности текста, в котором содержатся и анализируются существенные стороны реальности. Как бы не относились к науке, сколько бы ни утверждали о «конце науки» (в частности, в постмодернизме), авторитет истории, ее социальная ценность и этическое достоинство заключаются именно в *научном* характере ее содержания.

Очевидно, есть определенное различие между научностью и истиной. Научность относится к способам, процессу, своего рода «технологии» создания текста, где решающее значение имеют методы получения знаний и их системное оформление: нет теории без системы, нет системы без метода (Гегель). Истина – это тоже процесс, но процесс другого рода, характеризующий качественные рубежи познания: переход от незнания к знанию, от знания одного уровня к более глубокому знанию и т.д. Истина характеризует *результат* познавательной деятельности, как соответствие чему-либо: действительности (классическое понимание истины) или представлениям, сложившимся в определенном научном сообществе (неклассическое концептуальное понимание истины). В отличие от мнения («мнение есть то, что принадлежит мне») у истины всегда есть другой адресат, к которому она апеллирует: божественному авторитету, реальности жизни, коллективной оценке. Поэтому истину, как бы теоретически ее не опровергали, невозможно элиминировать из научного процесса познаний, поскольку он имеет публичный характер и всегда обращен к определенной аудитории, иначе он теряет свой смысл.

В истории проблема истины существует в различных аспектах и ситуациях, начиная от правильного освещения исторических событий в школьных учебниках, кончая научными дискуссиями в представительных теоретических журналах, монографиях и т.д. Очевидно, что в науке нет ни одного абсолютно бесспорного решения.

И все-таки, более рациональной представляется точка зрения, обосновывающая притязание истории на присутствие в ней истины, позволяющей отличать историческое познание событий от их литературного изложения. Достаточно ясно эта позиция изложена уже упоминавшимся историком Р.Дж. Коллингвудом, который справедливо истории видел разницу между трудами историка и сочинениями романиста в том,

«что картина, рисуемая историком, претендует на истинность»<sup>5</sup>. В этой связи английский философ выдвигает «три методологических требования» обязательных для исторического познания:

1. Картина, созданная историком, должна быть локализована в пространстве и времени;

2. Миры, рисуемые историками, должны согласовываться друг с другом;

3. Повествование, сотворенное историком, должно опираться на свидетельства источников.

*Интерпретация как метод исторической науки.* В исторической науке способом создания теорий, как идеальных моделей прошлого, является интерпретация материалов, содержащихся в исторических текстах и фактах. Хотя интерпретация относится к общенаучным методам познания, но и особенно широко она применяется в гуманитарном знании как метод истолкования текстов. Конечно область научной интерпретации гораздо шире: например, она сыграла великую роль при различном истолковании физической реальности в квантовой механике (альтернативы Эйнштейна и копенгагенских физиков). Интерпретация является ключевым предметом специального исследования в герменевтике, где рассматриваются общие принципы интерпретации, ее гносеологические, аксиологические и экзистенциальные характеристики, правила истолкования текстов и др.

Необходимость интерпретации как важнейшего метода исследования в исторической науке определяется следующим. Во-первых, спецификой объекта исторического познания, который представляет собой реальность, *опосредованную* историческими документами, письменными и материальными свидетельствами, требующими адекватного истолкования. Во-вторых, постоянно изменяющимся временем и социальной ситуацией, в рамках которых возникают новые смыслы истории, ее оценки и образы, то есть новая интерпретация событий. В-третьих, постоянным изменением интеллектуального «горизонта» и ценностной ориентации субъектов исторического познания, которые обуславливают перманентный характер переинтерпретации исторического материала. Исторические материалы всегда открыты для новой интерпретации их смыслов, тем более что среди источников существует немало та-

ких, авторы которых по замечанию английского филолога Е. Хирша не всегда понимают, какие идеи они хотели выразить. В доказательство этого он приводит суждения Канта о Платоне, в которых немецкий философ заметил, что мы иногда понимаем автора лучше, чем он сам себя, если последний недостаточно точно определял понятия и «говорил и даже думал несогласно со своими собственными намерениями». Как продолжение этого примера можно отметить и высказывание Гегеля о Платоне, что он был неверно понят в истории философии: его мифологические образы, использовавшиеся Платоном лишь как аналогии и примеры, рассматривались нередко более поздними интерпретаторами Платона в качестве самих философских идей (например, миф о существовании двух миров).

В истории существуют различные планы и горизонты интерпретации. И в этом аспекте существует связь между интерпретацией, историческим нарративом, установлением исторических фактов и историческим исследованием. Есть разное понимание этой связи. В частности Ф. Анкерсмит считает, что понятие «историческое исследование» связано с максимально точным установлением исторических фактов, а нарративное описание истории предполагает объединение фактов «в последовательное историческое повествование»<sup>6</sup>. Безусловно, историк имеет дело с фактами. Но они к нему **приходят** из **определенных источников**, которые нуждаются в особом типе интерпретации – аксиологическом, для того, чтобы установить их точность. А нарративное описание истории, в классическом его понимании, есть *повествовательное* изложение событий.

Однако в историческом познании повесть это еще не научный уровень отражения истории, не способ ее научного познания и описания. Для «выравнивания крена», нахождения выхода из этой ситуации некоторые исследователи, например, В.Н. Сыров вводят наряду с «классическим нарративом» понятие «исследовательский нарратив».<sup>7</sup> По нарратив, какие бы мы ему названия не давали, все равно остается повествованием. Поэтому можно рассмотреть вариант, в котором эпистемология интерпретации в историческом знании рассматривается по-другому: 1) в фактологической форме (интерпретация имеющихся фактов, с целью установления их

подлинности), и 2) в форме нарратива (интерпретация-повествование, главным образом в литературе, где автор не просто рассказывает, но и интерпретирует события в своей авторской позиции) и 3) в форме теории, предлагая научное объяснение истории. В рамках герменевтики все эти формы находят свое обоснование. В частности, П. Рикер специально рассматривает теоретический уровень интерпретации, в которой соединяются метод и истина.<sup>8</sup>

Метод интерпретации предполагает особую корреляцию субъекта и объекта в историческом познании. Если, как утверждал Н. Бор, в естествознании XX века исследователь уже не элиминирован из результата познания, а одновременно выступает «и как зритель, и как автор драмы», то в исторической науке эта ситуация тем более очевидна. Действительно, в истории один и тот же факт, одно и то же событие, как правило, имеют различные, нередко противоположные социальные, религиозные и этические трактовки и смыслы, начиная от разнообразных оценок отдельных исторических личностей, кончая событиями всемирного значения: возникновения и гибели цивилизаций и империй, мировых войн и социальных революций. Были не только различные времена, но существовали и существуют различные исторические школы, в которых по-разному оценивают и интерпретируют одни и те же исторические события.

Современная наука в принципе допускает различные теоретические интерпретации физической и социальной реальности (например, в квантовой механике, теории относительности, синергетике, герменевтике). Эти допуски вытекают из разных методологических оснований: одни – из отрицания истины в науке («эпистемологический анархизм» Фейерабенда), другие – из релятивности истины (Н. Бор, К. Поппер), третьи – из практической целесообразности теории (прагматизм, марксизм), четвертые – из представления о конвенциональном характере истины в разных научных сообществах (А. Пуанкаре, научные парадигмы Т. Кун и т.д.).

Проблема неоднозначной, многовариантной интерпретации исторических фактов имеет онтологические, источниковедческие, мировоззренческие и нравственные основания. Онтологические основания заключаются в многогранности и противоречивости

самой исторической реальности, которая воспроизводится в ее источниках, текстах и теоретической рефлексии. О Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. можно писать (и пишут) по-разному. Одни видят в ней колоссальные просчеты и ошибки политического и военного руководства, и на этом основании возлагают вину за сокрушительные поражения и миллионные жертвы на социально-политический режим. Другие – акцентируют внимание на невиданных масштабах боевых потерь и говорят о некомпетентности высшего командного состава, Третьи пишут о выдающихся победах и блестящих стратегических операциях. И все это, на самом деле, было. Исторические события, как масштабные явления прошлого, сотканые из многочисленных различных фактов, сведений, источников – уже в силу этого, сами по себе, объективно содержат основание для различных суждений, мнений, оценок, теорий и концепций. Это – объективно онтологическая сторона различных интерпретаций исторических событий.

Кроме того, поскольку интерпретация исторических событий, это – осмысление прошлого, значительных поступков и деяний людей в рамках определенной культуры, ее национальных и общечеловеческих параметров, то эта интерпретация всегда сопряжена с мировоззренческими ценностями и социальной ориентацией конкретной культуры, ее духовными и политическими приоритетами. Исторические школы, в рамках которых осуществляется признание или отрицание исторических концепций, формируются не только на основе чисто научных интересов, но выражают определенные общественные, идеологические и духовные установки.

Современное историческое познание, как и научное познание в целом, носит характер дискурса, доказательств, опровержений и оценок концепций, теорий, гипотез, осуществляемых всегда в границах определенного научного сообщества, в котором сложились примерно общие для всех «правила игры», ценностная и эпистемологическая парадигма и стиль мышления. Поэтому всякая научная деятельность это – способ познания, во многом регламентируемый нормами-конвенциями, принятыми в конкретной научной среде, от которых существенно зависит характер исторической интерпретации. Их очевидность особенно проявляется в языке на-

уки, в выборе научных проблем, оптимальной теории, способах ее доказательств. Природу конвенциональных норм в науке исследовали К. Поппер, А. Пуанкаре, Р. Карнап, М. Вебер и др. При этом Пуанкаре специально подчеркивал, что согласительная норма в науке, отнюдь не означает ее произвольного характера. Напротив, в нее возводятся в регулятивные правила, сформулированные в науке принципы, которыми не только принято, но и удобно пользоваться в коммуникативной по своему характеру научной деятельности. Поппер наряду с гносеологической проблематикой акцентировал внимание на этическом аспекте научной конвенции, которая предполагает нравственную ответственность ученых за выбор конвенциональных норм научной деятельности.

Интерпретация прошлого – это в известном смысле конструирование истории. Поэтому основной вопрос исторической науки – вопрос о том, *как писать историю*. Существуют различные стратегии и сценарии воссоздания исторической реальности. Во-первых, репродукция *подлинной* (конкретно-эмпирической) реальности (исторической онтологии), имеющей конкретные пространственно – временные параметры. Речь идет о состоявшейся или «нормальной» истории, например, о наполеоновских войнах, событии, занявшем определенное пространство и время в истории человечества. Это – адекватная модель исторической реальности, построенная на фактологическом материале. Известный русский физиолог Павлов писал, что «факты – воздух для ученого». Интересно высказывание о роли фактов и литературного героя Артура Конан Дойля – знаменитого сыщика Шерлока Холмса. «Поистине это загадочно, – заметил Ватсон. – Как Вы думаете, чтобы это могло означать?» «Пока у меня нет фактов, – ответил Холмс. – Строить же теорию, не имея фактов, – большая ошибка. Невольно начинаешь подгонять факты под теорию вместо того, чтобы объяснять теорией факты».

Нередко, именно такая модель понимания истории, построенная только на фактах, представляется *подлинной* историей для тех, кто ее пишет. Однако фактологический метод интерпретации прошлого, как основной способ изложения (повествования) истории, не всегда обеспечивает достаточную теоретическую глубину проникновения в

ткань исторических событий и их всесторонний анализ. Нередко такой метод ограничивается рассмотрением внешних, хронологических, а не существенных, логически осмысленных исторических связей.

Во-вторых, возможно конструирование *альтернативной* истории, вероятных событий, которые *могли бы* произойти в той или иной конкретной ситуации, но в силу каких-либо причин не состоялись. Речь идет о возможности *другого развития* исторических событий. Когда говорят, что в истории нет сослагательного наклонения, отсутствует фраза «если бы», разворачивающая ход событий в ином направлении, то с философской точки зрения (например, концепции множественности миров Лейбница) и современной научной методологии (например, в синергетике) такая возможность в истории реально могла существовать. И для научного исследования истории первостепенное значение имеет анализ того, почему реализовалась именно данная возможность (произошло то, что произошло), а не другая. В силу каких обстоятельств именно эта возможность актуализировалась, превратилась в действующую причину.

Вопрос о том, «что было бы, если бы?» считается вне научной компетенции. Известно, что когда-то, в период классического естествознания, вопрос о случайных событиях то же считался ненаучным. Многие, казавшиеся за пределами науки, вероятностные, недетерминированные, хаотические события и явления становятся предметом современного научного знания, в которых обнаруживается своя логика «нелогичных» событий, открывающая более глубокий пласт природных явлений.

Традиционно предполагается, что описание различных сценариев развития прошлого характерно для литературных трудов и вымыслов писателей, а не для исторической науки. При этом обычно используется известное, ставшее хрестоматийным, высказывание Аристотеля о различии между историей и поэзией: «Ибо историк и поэт различаются не тем, что один пишет стихами, а другой прозой... – нет, различаются они тем, что один говорит о том, что было, а другой – о том, что могло быть»<sup>9</sup>. Можно привести современный пример литературной интерпретации истории. У Стефана Цвейга есть новелла «Невозвратимое мгновение», в которой он предполагает

другой исход битвы при Ватерлоо и другую историю Европы, *если бы* командование одной из частей армии Наполеон не вверил храброму, надсержанту, испытанному в боях, но заурядному маршалу Грушим, не стратегу, а лишь исполнительному командиру. «Одну секунду думает Грушим, и эта секунда решает его судьбу, судьбу Наполеона и всего мира. Она предопределяет, эта единственная секунда... весь ход девятнадцатого века. *Если бы* у Грушим хватило мужества, *если бы* он посмел послушаться приказа, *если бы* он поверил в себя и в явную пасающую необходимость, – Франция была бы спасена»<sup>10</sup>. В данном контексте это «если бы» наполнено патетическим, морально-психологическим и трагическим содержанием, драматизирующим историю, далеким от ее научного изложения. Но может быть именно в подобных трагических сюжетах, коллизиях и альтернативах и осуществляется человеческая история?

Идея о всерьезном характере истории не нова. В свое время Гегель вводит понятие «размытая реальность», подчеркивая мысль о реализации различных возможностей, заложенных в конкретной ситуации. И именно анализ не одной, а всех возможностей позволяет осмысливать причину событий на теоретическом уровне. В этой связи можно отметить работу И.В. Бестужева-Лады «Ретроальтернативистика в философии истории», где обозначается теория утраченных возможностей в историческом процессе, в которой внимание акцентируется на нереализованных сценариях развития исторических событий. Автор вводит своеобразный «принцип дополнительности» предлагая к безальтернативному осмыслению истории добавить «ретроальтернативистику», основанную на вероятностных суждениях, виртуальных возможностях в интерпретации прошлого<sup>11</sup>.

Создание неадекватной или альтернативной ситуации развития прошлого может пролить свет и на природу исторического события с точки зрения его детерминированного или недетерминированного характера. В неклассической науке, исследующей природу на уровне микромира, случаю придается не меньшее значение, чем необходимости. И в истории следует согласиться с пониманием роли случайности, как существенного фактора многих, если исторических событий.

*Поиск исторических закономерностей.* Интерпретация исторических событий связа-

на и с поиском общих тенденций, закономерностей развития истории, стремлением возвысить конкретно эмпирическое познание, основанное на идеографическом методе, описывающем уникальность конкретного события, до понимания общего, целостного видения исторического процесса. Причем понимание закономерностей рассматривается как существенное основание для интерпретации отдельных исторических событий, их «объяснения через закон» – формуле, разработанной К. Пошпером и К. Гемпселем.

В исторической науке традиционно обсуждалась характерная для философии проблема единичного и общего в контексте исторических событий. Существует ли общее в форме повторяемости исторических событий, или они по своему определению неповторимы, как неповторимо время, в котором они происходят? Если нет повторяемости событий, то и нет закономерностей в их возникновении и в историческом процессе в целом. Повторяемость событий во многом определяет характер исторического развития. Однако многие философы и историки исходят из принципа неповторимости и уникальности исторической реальности. Так, например, В. Виндельбанд утверждал, что история отличается от естествознания, которое направлено на поиск общих необходимых связей для установления законов, тем, что должна определять ценность уникального, «однократного» неповторяющегося события.

С философской точки зрения проникновение в сущность явлений всегда обнаруживает в их глубине коэволюцию противоречивых начал, образующих их субстанцию: *единичного и общего*. Это касается всей онтологии, всех форм бытия. Известный русский писатель Иван Бунин заметил: неважно о ком писать, каждый заслуживает этого, потому, что каждый человек – уникальный, неповторимый мир. Это верно, как верно и то, что каждому человеку свойственно то общее, что делает человека человеком, и это общее будет повторяться и присутствовать в каждом, пока существует род человеческий.

Уникальность исторических событий не иллюзия, а достоверный факт, который, однако, не отрицает существования общего в этих событиях. Никогда не повторится первая мировая война, воздушные бои на примитивных аэропланах, газовые атаки на полях Европы, вражда и братание в окопах,

но сами войны, как исторические события повторяются, и повторилась мировая война уже с ее особенностями и уникальностью. И есть объективные материальные, социальные и духовные причины, лежащие в основе повторения событий как одной из закономерностей истории.

Речь здесь идет не об *абсолютной* повторяемости *любых* событий, а о повторяемости событий определенного класса, типа, вида, для которых существуют исторические условия, предпосылки для их репродукции в новой ситуации. Если бы история не повторялась, то кому нужны ее уроки.

Философы и историки связывают существование исторических законов не только с повторяемостью исторических сценариев и сюжетов, но и с единством, целостностью, направленностью исторического процесса. При этом выдвигаются различные доказательства: *религиозные* (провиденциализм): события имеют смысл, общую направленность, объясняемые имманентным присутствием Бога в истории (Августин Блаженный, В. Соловьев, Н. Бердяев и др.), *натуралистические* – обусловленность единства исторического развития географическими и биологическими факторами (Ж. Боден, Ш. Монтескье, Л. Мечников и др.), *гуманистические*, обращенные к историческому развитию человеческого разума, идеалов гуманизма (мыслители эпохи Просвещения), социально-экономические, связанные с материальным производством и производственными отношениями, трансформирующиеся в кульминационные моменты истории в повторяющиеся социальные революции – «локомотивы истории» (марксизм).

*Синергетический метод в историческом познании*. Синергетика представляет собой новый, отличный от традиционного познания, образ теоретической реальности. У ней солидная научная «генеалогия»: ее предшественниками являются текстология А. И. Богданова, теория систем Л. фон Берталанфи, кибернетика Н. Винера. Решающий вклад в создание этой теории внес бельгийский химик русского происхождения И. Пригожин<sup>12</sup>, получивший в 1977 г. Нобелевскую премию за исследование диссипативных систем, которые никогда не достигают равновесия, колеблясь между многочисленными состояниями. Уникальность синергетики, по утверждению английского ученого и философа М. Томсона в том, что она «...синтезирует целый ряд

фундаментальных выводов естественнонаучной и социальной мысли последнего столетия (теории вероятности, информационно-кибернетического подхода, структурного функционализма, теории диалогового взаимодействия и др.), вырабатывая вместе с тем принципиально новую методологию, которая может быть использована в изучении как физического мира, так и живой материи, а также социальных систем и культуры в целом»<sup>13</sup>. В интервью с американским журналистом Дж. Хорганом в марте 1995 г. И. Пригожин высказал мысль о том, что его наука «может залатать огромную дыру между наукой, всегда описывающую природу как результат детерминистских законов, и гуманитарными предметами, которые подчеркивали человеческую свободу и ответственность»<sup>14</sup>. Действительно, в современной науке отчетливо обозначается междисциплинарный характер синергетики, теория и методы которой приобретают универсальные функции и могут использоваться в естественных, и социально-гуманитарных науках. Например, с внедрением синергетики в область социально-гуманитарных дисциплин возникают социосинергетика, эволюционная экономика, синергетическая антропология и др. дисциплины синергетического характера. Очевидно, не следует преувеличивать возможности синергетики, как универсального способа решения научных проблем. И предсказание Э. Тоффлера, сделанное им в предисловии к книге И. Пригожина «Порядок из хаоса», о том, что наука третьего тысячелетия будет пригожинской, так же может вызывать обоснованные сомнения.

В синергетике обнаруживаются характерные черты диалектического метода познания. Как утверждает В.С. Степин: «синергетику можно рассматривать как продолжение гегелевской диалектики»<sup>15</sup>. Действительно, если рассмотреть основные принципы синергетики – нелинейность развития (скачкообразность, прерыв непрерывности, разнонаправленность), открытость и когерентность (взаимодействие с другими системами), неустойчивость в точках бифуркации, саморазрушение и самоорганизация (хаос и выход из хаоса), саморазвитие и кольцевая причинность (определение друг через друга) и др. – все они осмыслены и описаны на философском языке в диалектике, отражены в ее законах. Диалектика со времен Гегеля предложила новый диалог с природой и обществом, новую логи-

ку понимания мира, которые становятся востребованной в науке XXI века.

Есть опыт использования синергетики и в истории науки. Например, С.Г. Гаюмов в своей работе «От истории синергетики к синергетике истории» соединяет эволюционную и бифуркационную модель истории. По его мнению, характерной особенностью эволюционного развития является детерминация исторических процессов и присутствие в них сети различных причинно-следственных связей, придающих этому процессу системное качество. Однако, «разрушение» системы, ее вступление в фазу бифуркации приводит к появлению новой «карты возможностей», представляющей набор различных вариантов приобретения новых системных качеств»<sup>16</sup>.

Метод познания во многом определяет результат теоретического поиска и содержательную часть науки. В данном случае мы говорим о синергетике не для того, чтобы раскрыть ее теоретические и когнитивные возможности, не как о совершенном, более глубоком уровне познания и прояснения в ткань исторических событий, а как об одном из способов, одной из возможностей исторической интерпретации прошлого. Тем более, сам этот метод, как и любая область новой науки, имеет своих противников. Здесь есть другой теоретический и нравственный смысл. Наука все же приобрела свободу, как никогда и ни кем не ограниченное творчество. Она идет от непонятного к понятному, от неизвестного к известному, от непризнанного к признанному, но всегда на ее нелегком и неизведанном пути появляются те, кому кажется все ясным настолько, что они могут присвоить себе единственное право судить о науке и «лжеснауке». Это – вопрос научного дискурса. И пока развивается наука, пока бьется пульс ее творческого стремления, только догматики и чиновники могут говорить о ее границах, канонах и «правильных» методах.

В заключении можно сказать, что мысль историка, стремящего не просто описывать то, что было, но и *понимать*, как это было, всегда связана с решением «загадок» и «трудных» проблем, выходящих за пределы конкретных исторических данных. Нерешенные вопросы науки – как писал Б. Рассел – остаются на долю философии, которая подвергает их концептуальной обработке, чтобы сделать доступными для на-

учного знания<sup>17</sup>. Это характерно не только для истории, но и для науки в целом: здесь и начинается философия науки. И еще сказал Рассел: «Мы научились плавать как рыбы, мы научились летать как птицы, еще

бы нам научиться быть людьми». И в науке тоже, тем более в истории, где хранится память о тех, кто не просто были, а с нами, в нашем каждом дне, в их мечтах и наших надеждах.

---

<sup>1</sup> Например, директор Института российской истории РАН А.Н. Сахаров в 2002 г. писал о «кризисе советской исторической науки» // *Сахаров А.Н. О новых подходах к истории России* // Вопросы истории. 2002. № 8. С. 4.

<sup>2</sup> *Коллингвуд Р.Дж. Идея истории. Автобиография.* – М., 1980. С. 222.

<sup>3</sup> *Бэкон Ф. Великое Восстановление Наук. Соч.: В 2 т.* – М., 1977. Т.1. С. 176.

<sup>4</sup> *Гегель. Энциклопедия философских наук.* – М., 1974. Т. 1. С. 237.

<sup>5</sup> *Коллингвуд Р.Дж. Указ. соч.* С. 234.

<sup>6</sup> *Анкерсмит Ф. Нарративная логика. Семантический анализ языка историков.* – М., 2003. С.23.

<sup>7</sup> *Сыров В.Н. Введение в философию истории.* – М., 2006.

<sup>8</sup> См.: *Рикер П. Герменевтика. Этика. Политика.* – М., 1995; *Конфликт интерпретаций.* – М., 1995.

<sup>9</sup> *Аристотель. Сочинения.* – М., 1983. С. 655.

<sup>10</sup> *Цвейг С. Собр. соч.: В 7 т.* – М., 1963. Т. 3. С. 76.

<sup>11</sup> См.: *Бестужев-Лада И.В. Ретроальтернативистика и философия истории* // Вопросы философии. 1997. № 8. С. 122.

<sup>12</sup> *И. Пригожин* родился в 1917 г., во время революции его семья эмигрировала в Бельгию.

<sup>13</sup> *Мел Толпсон. Философия науки.* – М., 2003. С. 201.

<sup>14</sup> *Джон Хорган. Конец науки.* – СПб., С. 353 – 354.

<sup>15</sup> *Круглый стол по синергетике* // Вопросы философии. 2006. № 9.

<sup>16</sup> *Гаюмов С.Г. От истории синергетики к синергетике истории* // ОНС. 1994. № 2. С. 104.

<sup>17</sup> См.: *Джеймс У. Введение в философию; Рассел Б. Проблемы философии.* – М., 2000. С. 283.

УДК 316.6

## СТРУКТУРНО-КОМПОЗИЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ УСТНОЙ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

© 2008 О.Ю. Щербакова\*

*Статья посвящена одному из основных аспектов эффективной устной деловой коммуникации – композиционной организации текста. Рассматриваются основные структурные элементы устного делового выступления: заголовок с подзаголовком, вступление, основная часть, заключение. В качестве примеров используются аутентичные тексты устных деловых выступлений политиков и экономистов США.*

Данная статья посвящена структурно-композиционным особенностям текстов устной деловой коммуникации (УДК). Одним из основных приемов для достижения ясности и четкости изложения является композиционная организация, так как единство формы и содержания, присущее целостной структуре текста, отражается именно в композиции. Под композицией текста понимается «взаимодействие принципов внутреннего и внешнего построения текста в его языково-стилистическом оформлении» (Нелюбин Л.Л. 2001, 70) <sup>1</sup>.

Композиция текста определяет соотношение его отдельных частей и соотношение каждой части ко всему выступлению в целом. Только лингвистическая актуализация текста вскрывает единство формы и содержания, отражает структуру текста, его логическое строение. В тексте имеется грамматическая структура, логическая структура, структура композиции.

Композиция текста УДК – это закономерное расположение всех частей выступления и целесообразное их соотношение. Все части текста УДК взаимно связаны и составляют единое целое. Поэтому можно говорить о том, что композиция определяет смысловую структуру текста. Одним из основных показателей смысловой информации является связность, которая представляет собой

сеть отношений между составляющими ее элементами (Гальперин Р.И. 1981, 73 – 75) <sup>2</sup>.

С точки зрения структурной организации текст УДК представляет собой единство нескольких композиционно-структурных элементов: заголовка (подзаголовка), вступления, основной части и заключения. Эти структурные элементы являются наиболее частыми компонентами текста УДК и выполняют важные текстообразующие функции а, следовательно, обеспечивают восприятие текста как единого целого. Все структурные элементы характеризуются относительной завершенностью. Данный комплекс композиционно-структурных элементов текстов устной деловой коммуникации выполняет архитектонику-организующую функцию, функцию членения, играет важную роль в выявлении авторского отношения к теме выступления, так как обращает внимание аудитории на наиболее важные аспекты анализа. Деловое выступление может выполнять различные задачи: информировать, убеждать, оценивать. В зависимости от прагматической установки выступающего одна из этих задач может выступать на первый план. Изложение материала развивается в логической последовательности по определенной модели. Проанализируем подробно те структурно-композиционные элементы устного делового выступления, которые характеризуются наибольшей частотой употребления.

*Щ е р б а к о в а Ольга Юрьевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков Российского университета кооперации.*



Заголовок текстов УДК – важнейшее средство «рубрикации и элемент структурной формализации, отражающий тематику и основную идею выделенной части документа в предельно сжатой, краткой и лаконичной форме» (Нелюбин Л. Л. 2001, 45)<sup>3</sup>. Заголовок текста представляет собой тематическую модель содержания последующего текста. Ю.В. Рождественский определил заголовок как «самый краткий связный текст» (Рождественский Ю.В. 1990, 360)<sup>4</sup>.

В текстах УДК заголовки, как правило, представляют собой развернутое высказывание, состоящее из нескольких слов. Каждому заголовку в текстах УДК присуща констатирующая функция. Синтаксическая структура заголовков разнообразна. В текстах УДК они часто выступают в форме назывного предложения с подзаголовком.

Необходимо отметить, что заголовок с подзаголовком как единый структурный компонент текста УДК, привлекает внимание слушателей, информирует их об основном содержании предстоящей речи, выполняет разъяснительную функцию, уточняет значение основного заголовка, обеспечивая правильное понимание всего текста, действия, способов его осуществления: *Controlling Financial Crisis: International (Currency Reserves and Debt); European Union (Euro and the United States); Seattle- Globalization and Internationalization (A Collision between Two Worlds)*. Как видно из примеров, подзаголовок выполняет разъяснительную функцию. Он обращает внимание слушателя на отдельные детали будущего выступления. Рассмотрим заголовок: *European Union (Euro and the United States)*. Прочитав данный заголовок, слушатель, понимает, что в данном выступлении речь пойдет не только о Европейском Союзе, но и, вероятно, об отношении Европейского Союза с США, о перспективах их экономического сотрудничества. В заголовке обозначено место события: *European Union*, предмет речи: *Euro and the United States*.

Рассмотрим в качестве примера еще один заголовок: *Seattle-Globalization and Internationalization (A Collision between Two Worlds)*. Из заголовка видно, что данная речь посвящена международному форуму, который проходил в Сиэтле, где обсуждались важнейшие вопросы процесса глобализации. Из заголовка понятно, что процесс этот довольно сложный и противоречивый (глобализация противопоставляется процессу интернационализа-

ции). Процесс глобализации существенно влияет на национальную экономику отдельно взятой страны, поэтому существуют различные взгляды на этот вопрос. И, действительно, в своем выступлении оратор даст подробную характеристику процессу глобализации, подчеркивает его влияние на внутреннюю экономику и политику стран мирового сообщества. Также автор отмечает, что в результате процесса глобализации появились два противоречивых мира: «*international order*» и «*global disorder*». Таким образом, заголовки УДК прагматически направлены и эксплицитно выражают отношение автора к затронутым в выступлении вопросам. Также можно утверждать, что по мере развертывания текста реализуется сама сущность заголовка путем многократного повторения близких по значению слов и словосочетаний заголовка.

Таким образом, заголовок кратко, но достаточно полно отражает содержание выступления, его идею и ориентирует слушателя на соответствующее восприятие текстового материала. То, что в заголовке выражено в очень краткой форме, в тексте УДК раскрывается с необходимой степенью подробности. Следовательно, заголовки в текстах устной деловой коммуникации выполняют текстообразующую функцию, функцию воздействия, а также констатирующую функцию. Компоненты заголовка и подзаголовка проецируются на текст, обозначая место события, время события, предмет речи, носителей действия, способов его осуществления.

Заголовок текстов УДК носит форму назывных предложений с подзаголовками, которые имеют уточняющее значение. Подзаголовок предоставляет дополнительную информацию о предмете выступления, конкретизирует его. Другими словами, подзаголовок несет в себе конкретную информацию о содержании текста. Подзаголовок выполняет разъяснительную функцию, обеспечивая правильный настрой аудитории перед выступлением.

Одним из важных компонентов текстом УДК является вступление. Основная задача вступления – нацелить слушателя на адекватное восприятие основной части текста УДК. В зависимости от замысла и прагматической установки оратора УДК может представлять разновидности способа изложения: описание, повествование (информирование слушателя), убеждение, оценка. Описание характеризуется простотой и четкостью организации. Цель описания – создать подробное детальное представление о каком-либо явлении или предме-

те. В текстах-описаниях используются приемы сравнения, аналогии, противопоставления. Объектом описания может быть процесс развития чего-либо или какое-либо событие. Для описания характерно перечисление одновременных явлений.

Повествование представляет информацию о каком-либо личном опыте, замечания событийного плана, касающиеся лично автора выступления. Объектом повествования может являться процесс или событие. Этот процесс или событие имеет временную протяженность и временные границы. Для повествования характерно изложение последовательности действий. Цель повествования – информировать слушателей о чем-либо реально существующим.

Убеждение (рассуждение) представляет собой способ изложения информации, когда выступающий имеет цель убедить аудиторию принять свою точку зрения, доказать свою правоту, побудить аудиторию к каким-либо действиям. Следовательно, убеждение – это своего рода доказательство.

Вступление в текстах УДК готовит слушателя к восприятию основной части и представляет собой набор стандартных синтаксических конструкций с использованием клипированных выражений. Информационное содержание вступления часто повторяет содержание заголовка. Эта информация обычно располагается в первых абзацах вступления. Тем самым автор выделяет предметную область из общего набора возможных тем с целью актуализации интереса слушателей. Возьмем для примера выступление председателя Совета Директоров Федерального Резервного Совета на заседании в Конгрессе США. Заголовок выступления: **United States Economic Progress**, подзаголовок: *A Continuation of Responsible Fiscal Monetary Policy*. Вступление к речи рассмотрим подробнее:

Mr. Chairman and members of the Committee, I **appreciate the opportunity** to present the Federal Reserve's semiannual report on monetary policy.

The U.S. economy over the past year again **performed admirably**. Despite the challenges presented by severe economic downturns in a number of foreign countries our real GDP grew about 4 percent for a third straight year. In 1998, 2-3/4 million jobs were created on net... Unemployment edged down further to a 4-j percent rate.

And despite taut labor markets, inflation also fell to its lowest rate in many decades by

some broad measures, although a portion of this decline owed to decreases in oil, commodity...

But, after eight years of economic expansion, the economy appears stretched in a number of dimensions, implying considerable upside and downside risks to the economic outlook... **I will be commenting on** many of these issues as I review the developments of the past year and the prospects going forward.

В начале данного выступления автор выражает благодарность за предоставленную возможность выступить в Сенате на тему перспективы экономического развития США и, в частности, проведения денежной политики. Далее выступающий дает краткую характеристику экономического развития страны за последний год: *performed admirably: 2-3/4 million jobs were created; increase in payrolls to more than 18 million; unemployment edged down to 4-1/4 percent rate; etc.* После того, как автор обрисовал картину экономического положения страны, он выделил конкретную предметную область своего выступления: **I will be commenting on many of these issues as I review the developments of the past year and prospects going forward.**

Как видно из данного примера, автор разбивает свое выступление на несколько частей (подтем): *resent developments, the economic outlook, ranges for Money and Credit, year 2000 issues.*

Приведем еще один пример. Речь представителя Федерального Резервного банка (штат Филадельфия). Заголовок выступления: **What monetary policy can do and cannot do.**

**I am happy to be part of the panel** this morning addressing this fundamental issue: what monetary policy can and cannot do. I look forward to a lively discussion. In my prepared remarks **I will first try to** stake out the common ground- the ideas on which we can all readily agree. **Then, I'll talk** about the more contentious issues- the areas in which I think there is legitimate room for disagreement- and offer some of my own perspective on these issues as well. **I'll conclude**, with some thoughts about the implications of all this for the conduct of the monetary policy. (VS8)

В данном выступлении четко прослеживается порядок: выражается благодарность за предоставленную возможность выступить (*happy to be part of the panel*), дается порядок выступления – называются подтемы (тематические ряды): *I'll try to stake out the common ground, and then I'll talk about the more*

*contentious issues*. Выступающий сообщает тему заключения: *I'll conclude with some thoughts about the implications of all this for the conduct of the monetary policy*. Таким образом, во вступлении в текстах УДК обычно:

1) выражается благодарность за приглашение и удовлетворение за возможность выступить с речью:

**I very much appreciate** the opportunity to participate in the 9<sup>th</sup> International Anti-Corruption Conference's workshop on corporate governance and business ethics.

**Thank you for inviting me** to address this Military, Industrial, Legal, Media and Educational Complex group which is doing such good work serving as a bridge between San Diego's military and civilian leadership.

2) определяется цель выступления и основные вопросы, которые оратор намерен затронуть в данном выступлении:

**I would like to take the opportunity today to talk** with you about some of the structural changes in the economy and financial markets that are challenging both bankers and policymakers.)

**I would like** as a backdrop to this conference on the challenges confronting monetary policy **to focus on** certain aspects of one of the issues that will be more broadly discussed later this morning: asset pricing and macroeconomic performance.

Today, **my goal is to offer** some useful and relevant observations in an attempt to shed some light on a phenomenon which, in the final analysis, we should find far more inspiring than alarming- globalization.)

I am happy to be the part of the panel this morning addressing this fundamental issue: what monetary policy can and cannot do. I look forward to a lively discussion. In my prepared remarks **I will first try to** stake out the common ground- the ideas on which we can all readily agree. **Then, I'll talk about** the more contentious issues- the areas in which I think there is legitimate room for disagreement- and offer some my own perspective on these issues as well. **I'll conclude with** some thoughts about the implications of all this for the conduct of monetary policy.

3) дается оценка предыдущим выступлениям; оценка дашой конференции, форуму как важного события в экономической, политической жизни страны:

As others have noted, this is the final ABA convention of the 20<sup>th</sup> century. **It's a unique**

**opportunity** to look back and sum up, and **a good place** to start may be with the ABA's final annual convention of the 19<sup>th</sup> century, which took place in Cleveland 100 years ago. **It's a pleasure** to be in Cleveland- and **a real honor** to address the City Club Forum. Few cities in America have a public speaking series as **prestigious** as this one., and I'm privileged to add my name to the list of **distinguished speakers** who have gone before me.

4) используются различные виды связи, обеспечивающие последовательное изложение материала (выражения субъективного отношения к проблеме, связующие элементы, ассоциативно-стилистические элементы оценки, комментирующие предложения).

Таким образом, можно сделать вывод, что вступление в текстах УДК несет в себе большую структурно- композиционную нагрузку. Во вступлении актуализируется тема всей речи, определяется проблематика выступления, дается авторская оценка проблем, намечаются обсудить важные и насущные вопросы. В некоторых выступлениях оратор во вступлении кратко дает характеристику истории данного вопроса. Во вступлении оратор пользуется различными видами связи, которые обеспечивают последовательность изложения, взаимосвязь с другими частями, в результате чего происходит сцепление тематических блоков выступления.

Во вступлении формируется в общем виде основная идея, а затем она развертывается в основной части. Как было отмечено выше, в зависимости от замысла автора устное деловое выступление выполняет следующие задачи: описание, повествование (информирование), убеждение, оценка.

В тексте УДК одна из данных задач может выдвигаться на первый план. Основная часть текстов УДК представляет собой набор подтем или тематических рядов. Порядок этих рядов не регламентируется какими-либо композиционными правилами, а зависит в основном от авторского замысла, его прагматической установки и характера информации, вынесенной во вступительную часть. При анализе достаточно большого числа текстов УДК мы выявили некоторые закономерности расположения тематических рядов в основной части.

По способам тематического развертывания речи нами выделены следующие типы композиции текстов УДК: последовательный, концентрический, параллельный, смешанный. Данная система внутритекстовых связей спо-

способствует объединению тематических рядов в пределах основной части и тем самым служит созданию единства текста УДК.

Последовательный тип композиции заключается в том, что изложение материала идет по восходящей линии, от одного тематического ряда к другому. Одна тема переходит в другую и развивает предыдущую. В результате раскрывается основная идея выступления. Приведем пример последовательного типа соединения тематических рядов.

Во вступлении к своей речи оратор, заместитель Генерального секретаря ОЭСР, на конференции в Лондоне четко обозначил тематические блоки своего выступления и строго придерживался последовательности в выступлении. Тема выступления: *Prospects for a Global Economic Recovery*. Во вступлении оратор дает план, по которому будет развиваться речь:

**I'll provide you with** some notion of the prospects for the coming year, as well as the longer term. **Secondly, I will draw upon** the significant work of the OECD's sister agency, the International Energy Agency... **Thirdly, I will talk to you about** the lessons we have learned and the actions we can all take within the policy-making world as well as the business and energy sectors- to minimize the downside risks and increase the likelihood of more stable and prosperous future for us all.

Оратор развивает речь по восходящей линии в соответствии с намеченным планом. В основной части текста выделяются следующие тематические ряды: 1) *The Global Economic Outlook*; 2) *Long-term Energy Prospects*; 3) *Lessons Learned*. В первом тематическом ряду речь идет о прогнозе развития мировой экономики в 2003 г., далее следует тематический ряд, посвященный перспективам развития энергетики, затем оратор дает характеристику урокам, полученным во время работы в энергетической отрасли в 2003 г.

Рассмотрим, как и с помощью каких средств осуществляется связь между тематическими рядами в основной части данного текста УДК. Во-первых, тематические ряды крепятся с помощью традиционных лексико-грамматических средств связи. В нашем примере это употребление в первом тематическом ряду нового понятия *energy sector*, которое непосредственно связано с экономическим прогнозом и клишированное словосочетание, выражающее переход от одного тематического ряда к другому:

Indeed, a series of international summits this year have all focused on the importance of promoting stronger growth in emerging and developing economies, so that the benefits of globalization may be more widely shared. The importance of non-OECD economies in the future is particularly apparent in **the energy sector, which I will turn to now for the second part of my speech.**

На данном примере видно, что между тематическими рядами существует и семантическая связь: *economies in the future- long term energy prospects*.

Связь между рядами усиливается цепочкой тематически и семантически близких лексических единиц, относящихся как к теме «экономика и бизнес», так и к оценочной семантике, характеризующих качество события или явления. Если говорить о тематически близких лексических единицах, то в основной части ведущими терминами, которые повторяются во всех тематических рядах, являются: *economic factors, economic situation, economic prospects, productivity growth, economic policy, fiscal policy, corporate balance sheets, business surveys, energy demand, world energy, measure of success, oil prices, financial difficulties, global demand for oil products*.

В основной части текстов УДК, как было отмечено выше, межрядовая связь усиливается цепочкой слов и словосочетаний, имеющих оценочную семантику и характеризующих качество события или явления. В примере, который мы подробно рассматриваем, такими словами и словосочетаниями являются: *significant reasons (problems, risks), optimistic prospects, weak growth, unforeseen events (developments), disappointing business surveys, declining consumer confidence, positive growth, prominent forecasters, negative consequences, reasonable prices*. Можно заметить, что такими словосочетаниями являются атрибутивные словосочетания, где прилагательное находится в препозиции. Необходимо также отметить, что оратор открывает каждый тематический ряд прагматическими установками, которые оповещают слушателя о направлении развития тематики выступления. В нашем примере рассмотрим подобные установки:

*Economic prospects have been clouded by the fall in stock markets, the disclosure of disputable accounting and corporate governance practice and deflation of the technology bubble...* (начало первого тематического ряда);

*The International Energy Agency highlighted issues to address over the longer*

*term in its major publication. A key overall conclusion is that over the next 30 years, demand will continue to rise for energy but there is adequate supply to meet this demand* (начало второго тематического ряда);

*There appears to be growing consensus on lessons learned from experience with the oil markets over recent decades* (начало третьего тематического ряда);

В данном выступлении основная часть представляет собой пример последовательного соединения тематических рядов, при этом ряды соединяются с помощью лексико-грамматических и лексико-семантических средств когезии. В результате выявляется основная идея, определяющая цель выступления. Заключение является важнейшей частью в композиционно-структурной организации текста УДК. Именно в заключении раскрывается окончательный смысл всего выступления. В заключении в текстах УДК подводятся итог всего сказанного в основной части, намечаются перспективы развития данной темы, дается авторская оценка проблемы и пути ее решения. Также отметим широкое использование клишированных словосочетаний, характерных для этой части текстов УДК.

Приведем примеры.

Corporate codes have a potentially **vital role** in the new geography of power but, for the most part, companies have yet to acknowledge and to rise to the challenge of these possibilities. Ultimately, global companies need to recognize that if they are serious about deterring corruption, a properly formulated, implemented, and monitored code is essential.

Мы видим, что в данном заключении присутствует оценка предмета выступления, что обусловлено прагматической установкой текста УДК (*vital role of corporate codes*). Помимо субъективной оценки в этом отрывке мы констатируем, что оратор дает свои рекомендации по решению проблемы введения общих корпоративных законов: *...companies need to recognize that...a properly formulated, implemented and monitored code is essential*. В данном заключении связываются основные части выступления, подчеркивается важность темы.

При анализе текстов УДК выделяются клишированные фразы, которые употребляют-

ся ораторами на стыке двух тематических рядов: основная часть и заключительная часть. Подобные фразы сигнализируют о том, что оратор переходит к заключительному тематическому ряду речи. Приведем несколько примеров: *in conclusion, finally, finishing the speech, in the end, just concluding, in closing, before closing...*, *таким образом, в заключение, подводя итог сказанному..., закончить выступление я хотел бы...*, и др.

В заключительной части выступления ораторы нередко выражают благодарность за внимание и приглашают слушателей принять участие в дискуссии, задавая вопросы по теме выступления.

Again, **my thanks to** The City Club for inviting me to join you today. I look forward to your comments and questions.

On behalf of IBM, I wish you and your company success- as we move forward into the new era of e- business on demand. **Thank you**, and have a great conference.

and respond to risks while meeting customer demands in a way that strengthens our underlying financial structure in the years to come.

В заключении кратко повторяются основные мысли основной части, что делает текст выступления цельным и связным, дается авторская оценка событиям, явлениям, о которых идет речь в выступлении, предлагаются рекомендации по решению определенных проблем, подводятся итог всему сказанному ранее, даются краткосрочные и долгосрочные прогнозы, содержится эмоционально-экспрессивный призыв к каким-либо действиям, выражается благодарность за внимание;

В заключении широко используются вводные слова и сочетания, выражающие логическую последовательность и заключение, клишированные словосочетания перехода к заключительному элементу выступления. Композиционно текст УДК представляет собой единство четырех основных структурно-композиционных элементов (тематических рядов): заголовок с подзаголовком, вступления, основной части и заключения. Единство этих элементов выполняет ряд важнейших текстообразующих функций, в том числе интегрирующую и архитектурно-организующую, и тем самым обеспечивает восприятие текста УДК как единого целого.

<sup>1</sup> Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. Учебное пособие. М.: МПУ «Народный учитель». 2001. – 282 с.

<sup>2</sup> Гальперин Р.И. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука. 1981. – 137 с.

<sup>3</sup> Нелюбин Л.Л. Указ. соч.

<sup>4</sup> Рождественский Ю.В. Лекции по общему языкознанию. М.: Высшая школа. 1990. – 381 с.

## РЕЦЕНЗИИ

© 2008 Е.Ф. Авдокушин\*. Рец. на: С.В. Иванова. **Всемирная торговая организация: Учеб. пособие.** – М.: Экономистъ, 2007. – 318 с.

Предложенное учебное пособие бесспорно актуально. Оно посвящено генезису международного регулирования товарных потоков посредством многосторонних соглашений в рамках ГАТТ-ВТО. Очевидно, что своевременность пособия возрастает в свете процесса присоединения России к Всемирной торговой организации. Важно и то, что координация переговорных позиций стран СНГ при их присоединении к ВТО усилит интеграционные процессы в рамках Содружества и, наоборот, несогласованность действий в этом вопросе станет катализатором «торговых войн» внутри СНГ.

Структура работы определена логикой правовой структуры организации. Последовательно рассматриваются факторы создания ГАТТ-ВТО; организационная и правовая архитектура ВТО с акцентом на возможности защиты национальных рынков на основе правил и изъятий ВТО.

Кратко, по ключевым моментам рассмотрены все Соглашения ВТО. Правомерно сделан акцент на такие сложные документы, как Соглашение по сельскому хозяйству, Соглашение по интеллектуальной собственности (ТРИПС) и Генеральное соглашение по торговле услугами (ТРИМС). На трактовку этих Соглашений в пособии отведено больше места, чем на другие. Такой подход оправдан, прежде всего, обилием специфической терминологии ВТО. Так, при изучении Соглашения по сельскому хозяйству необходимо знать содержание таких понятий: «чувствительный» товар, «зеленая», «голубая», «желтая» корзины, принцип *de minimis*, режим Сид, агрегированные меры поддержки, экспортная конкуренция, многофункциональность сельского хозяйства, начальный и конечный уровень связывания, Кернская группа и др. В главе, посвященной ТРИПС, верно указана суть Соглашения – баланс между защитой прав интеллектуальной собственности и предотвращение создания барьеров для законного распространения

технического прогресса. Даются: четкие определения разных видов интеллектуальной собственности, в том числе географические указания; процедуры по обеспечению соблюдения прав; экономические санкции и изъятия из Соглашения, касающиеся защиты безопасности стран. В Генеральном соглашении по торговле услугами автор делает упор на классификаторе услуг, видах поставки услуг, общих и специфических обязательствах, изъятиях из Соглашения.

Автор правильно подчеркивает, что в условиях развивающихся процессов глобализации мировой экономики значительно расширяется круг ведения ВТО, что отражается в формировании все новых блоков многосторонних договоренностей, регулирующих трансграничное перемещение услуг, продуктов интеллектуальной собственности, капиталов. Определены направления возможного развития организации в связи с возникновением Интернет-торговли, возрастанием экологических и гуманитарных издержек, усилением транснациональных потоков в рамках одной корпорации.

Значительный интерес представляет рассмотрение противоречий внутри ВТО, которые нарастают вместе с ростом числа стран-участниц и объектов регулирования. Автор раскрывает внутреннюю суть коллизий последних Министерских конференций ВТО и обозначает возможные компромиссы, необходимые для достижения согласия всех стран-участниц. При значительной асимметрии мировой экономики постепенно возрастает значение развивающихся стран, которые составляют более двух третей всех стран-членов ВТО. На фоне увеличения доли этих стран в мировом товарообороте возрастает и консолидация их переговорных позиций. Они требуют инкорпорации в правовую систему ВТО «Дифференцированного и более льготного режима в отношении развивающихся стран». В соответствии с ним развивающиеся страны берут на себя обязатель-

ства, соразмерные их экономическим возможностям и интересам. Развивающиеся страны требуют либерализации Соглашения по сельскому хозяйству, так как именно в этой сфере их продукция наиболее конкурентоспособна и встречает наибольшие препятствия при доступе на рынок развитых стран, прежде всего за счет значительной внутренней поддержки национальных фермеров и экспортных субсидий. Модернизация этого Соглашения является наиболее сложным направлением переговоров. Развивающиеся страны делают акцент на проблеме «внутренней гласности» ВТО. Наименее развитые страны в действительности не могут принимать участия ни в заседаниях рабочих групп, ни в принятии окончательного решения. Предварительные решения вырабатываются внутри «закрытых» групп стран, в так называемой «зеленой комнате» с тем, чтобы в дальнейшем «навязываться» другим странам.

Курс «ВТО» представляет интерес, прежде всего, потому, что позволяет читателю взглянуть на возможности этой организации как фактора урегулирования международных торговых споров. Непростой механизм такого урегулирования предполагает наличие специальных знаний. Изучение прав и обязанностей члена ВТО, механизма отстаивания своих интересов упрощает адаптацию российского бизнеса к реалиям современного международного рынка. Эта тематика отражена в главе 6, посвященной ключевым моментам Договоренности о правилах и процедурах, регулирующих разрешение споров, а также в ряде параграфов главы 3 (в частности, в параграфе 3.3 – Антидемпинговый кодекс).

Главным преимуществом рецензируемого учебного пособия является его комплексность. Студенту предлагается базовый текст, содержательно раскрывающий обозначенную тему. Раздаточный материал представлен схемами, таблицами, логическими блоками, которые удачно дополняют основной текст пособия. При составлении таблиц широко использовались актуальные данные международных финансовых и экономических организаций и, прежде всего, годовые отчеты ВТО. Такие иллюстрации являются эффективным способом упрощения понимания и запоминания материала. «Основные термины» – концентрируют внимание на главных понятиях главы. Весьма уместен «гlossарий» на русском и английском языках, упрощающий понимание специфической терминологии ВТО. Самостоятельная работа студента может базироваться

на активном использовании перечня основной и дополнительной литературы, насчитывающем десятки источников на русском и английском языках, в том числе интернет-сайты.

Представленные тесты выполняют функцию контроля полученных знаний. Предложены тесты двух видов: «множественный выбор» и «верно-неверно». Ситуации (кейсы) позволяют организовать проблемную дискуссию на семинарских занятиях. Это эффективный метод актуализации знаний, позволяющий проецировать теоретические знания на практические экономические решения. Позитивным моментом является «пророссийский» ракурс кейсов. Через предложенную реальную ситуацию студенты «участвуют» в переговорном процессе по присоединению России к Соглашениям ВТО, анализируют реальные требования, предъявляемые к российской стороне в рамках того или иного соглашения, обосновывают свою позицию по тому или иному вопросу.

В пособии имеется учебная программа курса «Всемирная торговая организация», включающая в себя все необходимые элементы, в том числе темы для рефератов и вопросы к зачету.

В Приложении приведена переведенная на русский язык Марракешская декларация. Изучение этого оригинального текста об учреждении ВТО позволит студентам ответить на многие тесты и ситуации.

Задействованные в учебном пособии дидактические единицы, предусмотрены государственным стандартом РФ для экономических специальностей по дисциплине «Мировая экономика» и «Международная торговля». Пособие может быть использовано в рамках указанных дисциплин, а также для преподавания отдельного спецкурса «ВТО» (в особенности при специализации «Международный бизнес»). Последний вариант является наиболее предпочтительным, поскольку регулирование международной торговли посредством ВТО является самостоятельным, сложным объектом изучения. В контексте продолжающегося процесса присоединения РФ к ВТО резко возрастает потребность в специалистах-экономистах, знакомых с правовыми аспектами функционирования ВТО.

Предложенное учебное пособие является полноценным оригинальным учебно-методическим комплексом, который соответствует предъявляемым требованиям и может быть рекомендован в качестве такового для студентов вузов экономических специальностей.

© 2008 В.Т. Юсов, М.А. Измайлова\*. Рец. на: Л.М. Королев. Психология управления: Учеб. пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – 188 с.

Подготовленное доктором психологических наук, профессором кафедры педагогики, психологии и культурологии Российского университета кооперации Л.М. Королевым учебное пособие актуально, своевременно и позволяет раскрыть основные теоретические разделы рабочей программы по психологии управления, а также способствует развитию у студентов мотивации самостоятельности познавательной деятельности как потребности в получении новых знаний.

Автором представлен анализ целого спектра практических вопросов, связанных с психологией управленческой деятельности, с психологическими аспектами принятия управленческих решений и управленческого взаимодействия, подбора, расстановки и повышения профессионализма руководителей.

Главное внимание в пособии уделено психологическим явлениям и проблемам, имеющим место в сфере управления, рассмотрению психологических причин, лежащих в основе снижения эффективности деятельности руководителя. Автор также осуществляет анализ различных психологических концепций, выявляющих закономерности взаимодействия людей, их влияния друг на друга, обосновывает психологические особенности управления людьми и группами.

Теоретико-методологическую основу учебного пособия составили положения современного наукознания, позволяющие раскрыть сущность и специфические проблемы управленческого труда руководителя с позиций комплексного и системно-целостного подхода, а также определить характеристики и взаимосвязи содержательных компонентов психологической структуры личности управленца с профессиональной деятельностью, являющейся главным показателем внутренней и внешней активности личности.

Одной из особенностей настоящего пособия является то, что автор рассматривает

психологию управленческой деятельности с общенаучных позиций о единстве личности и деятельности, о человеке как активном субъекте, познающем и преобразующем окружающий мир и себя самого в процессе деятельности, о природе управления как социально-психологическом явлении. В пособии дано целостное представление об основных формах использования человеческого потенциала в процессе эффективного управления. Такой комплексный и системно-целостный подход научен и результативен, основывается на исходных и фундаментальных положениях практики и современной науки.

Кроме того, данное учебное пособие нацеливает на необходимость межотраслевого взаимодействия управленческой и психологической наук, а также ориентирует на широкое применение психологических знаний в управленческой деятельности руководителей. Вместе с общими положениями, в пособии отдельно рассматриваются вопросы управленческого труда руководителя, приводятся предложения и рекомендации по совершенствованию профессиональной квалификации руководящих кадров.

Для практических руководителей данное пособие может быть интересно тем, что оно демонстрирует многообразие обстоятельств и факторов, влияющих на эффективность деятельности персонала организации, помогает им осознать, что руководитель оказывает на окружающих психологическое воздействие даже тогда, когда он это и не планирует.

Особенно хочется подчеркнуть, что данная работа обосновывает необходимость соответствия образования, в том числе и кооперативного, общим тенденциям в процессе развития общества, обращает внимание не только на подготовку руководителей в целом, но и особенно на социально-пси-

---

*Ю с о в Владимир Тимофеевич – доктор психологических наук, профессор кафедры социальной психологии Российского государственного социального университета, Заслуженный работник высшей школы Российской Федерации.*

*И з м а й л о в а Марина Алексеевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры педагогики, психологии и культурологии Российского университета кооперации.*



хологические аспекты управления, его общие закономерности.

Положительной стороной учебного пособия является структурированность материала, доступность изложения, наличие таблиц и схем, что способствует более глубокому усвоению понятий и категорий психологии управления, как отрасли социальной психологии, а также ориентирует на развитие творческого мышления. Список дополнительной

литературы, задания для размышлений и контрольные вопросы, которые предлагаются в конце каждой темы, помогают активизировать самостоятельную работу студентов и упорядочивает процесс овладения знаниями.

Учебное пособие соответствует учебной программе, выдерживает требования Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по дисциплине «Психология управления».

## ANNOTATION

### NEW MARKETS CALL FOR NEW COOPERATIVES

© 2008 **PIZENHOLTZ V. M.**, Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Head of Chair of Economic Assessment of Land Cadastre, Russian University of Peoples' Friendship.

For the agrarian and industrial complex under the contemporary conditions there is a great need for new kinds of cooperatives. Cooperatives should be set up according to kinds of economic activities, a participation share in technological process, types of services and social security. Cooperatives should not be involved in crediting operations, because small enterprises would be acquired by large ones.

### AGROINDUSTRIAL COMPLEX DEVELOPMENT VIA VERTICAL COOPERATIVE TIES

© 2008 **ABALAKIN A.A.**, Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Chair of Economics Theory, Russian University of Cooperation.

© 2008 **GALUSHKINA E.G.**, Postgraduate, All-Russia Scientific Research Institute of Agricultural Economics.

© 2008 **TISHKOVA O.V.**, Postgraduate, All-Russia Scientific Research Institute of Agricultural Economics.

In transfer from one production stage to another, vertical cooperation makes the processing industry closer to the raw materials source, thus reducing the costs and time losses. It also contributes to more intensive utilization of the existing production capacity. Producers become entitled to processing their produce and obtaining services on conditions stipulated by themselves with their legal and economic independence being preserved. Merging one or several functions of their households allows them to use the economy of scale for efficient performance.

### MARKETING ECOLOGICALLY CLEAN PRODUCTS BY COOPERATIVE ORGANIZATIONS

© 2008 **GRISHINA V.T.**, Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Chair of Marketing and Advertising, Russian University of Cooperation.

The article studies prospects for eco-products home market and finding a niche there for co-operative organizations. The author believes that the experience obtained by the cooperatives in the course of wild berries supply to foreign markets combined with contemporary marketing skills including research studies of a purpose oriented eco-products consumer could helpfully lead to that niche.

### MARKETING AND LOGISTICS EVOLUTION IN LOGISTICAL MARKETING MANAGEMENT

© 2008 **POKUSA T.**, Candidate of Science (Economics), Dean of Higher School of Management and Administration in Opole, Poland;

© 2008 **POTWORA W.**, Candidate of Sciences (Economics), Pro-Rector of Higher School of Management and Administration in Opole, Poland.

Contemporary companies are continuously striving to find new solutions that would help more fully to meet the consumer's needs by way of intensification, communication and use being made of logistical marketing management techniques.

## **PRODUCTS QUALITY AND COMPETITIVENESS, AND THEIR FUNCTIONAL COST ANALYSIS**

© 2008 **KOCHETKOVA A.V.**, Doctor of Technical Science, Professor, Head of Information Technologies Chair, Volgograd Cooperative Institute.

© 2008 **PETRISHCHE F.A.**, Doctor of Technical Science, Chair Professor, Science of Commodities, Goods Consulting and Audit Chair, Russian University of Cooperation.

© 2008 **POSTNIKOV I.I.**, Doctor of Technical Science, Professor of Information Technologies Chair, Russian University of Cooperation.

Taking into account products quality appraisal the article presents algorithm of products competitiveness on the basis of their value analysis.

## **THE ROLE HUMAN RESOURCES PLAY IN THE FORMATION OF CREATIVE ECONOMICS**

© 2008 **SAVINA M.V.**, Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Chair of Economics, Russian State Social University.

A human being in the post-industrial society is primarily a creative personality. The value of whom is determined by availability of modern knowledge, know-how, skills and creativity.

## **SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL CLIMATE: OPTIMIZATION METHODS AND THEIR EFFECT ON THE CREATION OF FAVOURABLE WORK ENVIRONMENT**

© 2008 **MAZLOVA E.L.**, Candidate of Science (Economics), Professor, Chair of Management, Russian University of Cooperation

Using simple and accessible language the author reveals the notion "social and psychological climate", analyses factors affecting its formation, and delivers results of opinion polls among various groups of practical workers. Recommendations are given as to particular steps to be taken to create favorable social and psychological climate in a work team. The polling techniques used to establish the social and psychological climate in a single team appears to be interesting.

## **CLUSTER POLICY IN THE AGROINDUSTRIAL COMPLEX**

© 2008 **ABALAKINA T.V.**, Candidate of Science (Economics), Head of organizing R&D works, Russian University of Cooperation.

© 2008 **SHIRYAEVA N.V.**, Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Ulyanovsk State Technical University.

© 2008 **MAKSIMENKO E.A.**, Belgorod State Agricultural Academy.

Cluster can hardly be a separate organizational and legal form, i.e. cannot operate as a legal entity. Cluster's major features boil down to a concentration of enterprises from one or allied industries at a single geographical point.

## **INTERACTION BETWEEN PERSONAL PLOT SUBSISTENCE FARMING AND AGRICULTURAL ENTERPRISES**

© 2008 **KILEDISHEV V.V.**, Postgraduate, Chair of Cooperative Theory and Practice, Russian University of Cooperation.

Successful personal plot subsistence farming involves better economic relationship with collective farms and farmsteads, agrarian firms, enterprises and organizations of the Centrosoyuz system and other entities of market economy. It becomes feasible in the process of cooperation and integration among entities of the agrarian market. Each party either personal plot subsistence farming or large agricultural enterprises are interested in developed integration ties. Contracts that stipulate the conditions of relationship should underlie the mutual relations that personal plot subsistence farming have with agricultural and other enterprises.

## **USE OF MULTI-DIMENSIONAL CLASSIFICATIONS IN RESEARCH STUDIES OF THE LIFE QUALITY OF THE POPULATION IN REGIONS**

© 2008 **KRIVOSHEY V.A.**, Doctor of Science (Economics), Professor, Rector of Russian University of Cooperation.

The author has selected substantial non-collinear indexes, which can be used by way of their aggregating for the calculation of integral indexes of life quality of the population in regions. The use of the proposed set of tools provides an opportunity both to appraise the effect each of the studied indexes has on the life quality and to start processing types of regions having a different life quality.

### **SYSTEMS ANALYSIS OF A REGION'S CONSUMER MARKET**

© 2008 **LYSOVA E.G.**, Candidate of Science (Economics), Docent, Chair of Economics and Accounting, Ivanovo branch of Russian University of Cooperation.

In her article the author reveals her understanding of approach and principled methodology used to review issues of a region's consumer market development. Employing a systems approach the author exposes specifics of a region's consumer market. Proceeding from a human being's prerogative as a main objective of social development the author discusses a person's requirements within the framework of a region's consumer market. The article concludes with the author's interpretation of the essence and contents of a region's consumer market and a role it plays in the system of economic relations.

### **MARKETING AS AN IMPORTANT TOOL IN PERFECTING REGIONAL TOURISM**

© 2008 **SIDOROVA N.A.**, Postgraduate, Tcheboksary Cooperative Institute.

Tourism play a significant role in solving the problem of regional economy development. The article shows that doing a number of marketing operations can bring good results both in separate regional territories and regions as a whole in the Russian Federation. To achieve dynamic changes in demand and supply on today's market requires profound marketing research in order to provide enterprises with marketing data that would contribute to better regional tourist market.

### **TRADE AS AN ENTREPRENEURSHIP: PECULIARITY OF RETAIL TRADING**

© 2008 **BELETSKY M.D.**, Postgraduate, Chair of Commerce and Trade Technology, Russian University of Cooperation.

The article deals with the content of notions of "trade" and "retail trade" with a view to making them more precise in economic and legal terms. A descriptive treatment of functions performed by trade and retail trade entities has been chosen as a unique framework of the article. This, with a complete observance of continuity principle, enabled the author to determine the place and relevant importance the analyzed kinds of entrepreneurship enjoy within the system of social and economic relations.

### **THE SYSTEM OF COMMERCIAL ORGANIZATIONS' RISKS**

© 2008 **SPIVACK A.A.**, Candidate of Science (Economics), Russian University of Cooperation.

In her article the author makes a point that it is substantially important to corroborate the qualitative features of risk groups in commerce, rather than to list possible risks for trading organizations. The author believes that the procedure should be used for working out appropriate mechanisms to protect and regulate such groups.

### **STAGES OF A RISK COMPLEX ANALYSIS OF COMMERCIAL ORGANIZATIONS' ACTIVITIES**

© 2008 **CHIZHOVA L.P.**, Candidate of Science (Economics), Russian University of Cooperation.

The major task that a risk analysis is aimed at is to establish the sequence of its individual stages with a view to differentiate one operative factor from another, to measure the amount of losses because of risky situations irrespective of their causes and establish their likelihood, and to compare risk marginal values. The risk analysis techniques proposed by the author to be used in a commercial sphere are based on a number of its sequentially combined stages.

### **METHODOLOGY FOR AUDITING FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES**

© 2008 **DEMINA I.D.**, Candidate of Science (Economics), Professor of Accounting Chair, Russian University of Cooperation.

The article reviews issues of organizing and executing audits of economic households' foreign trade and industry activities. It analyzes methods and techniques employed to carry out audits. Presented are tests for the internal control system appraisal alongside with an auditing check program.

### **TRANSFER PRICE FORMULATION FOR WORKS DONE AND SERVICES RENDERED BY AUXILIARY PRODUCTION UNITS OF AGRICULTURAL ORGANIZATIONS**

© 2008 **OVSYICHUCK M.F.**, Doctor of Science (Economics), Professor, Head of Accounting Chair, Russian University of Cooperation;

© 2008 **DEMIN A.E.**, degree aspirant of Accounting Chair, Russian University of Cooperation.

The article is a review of basic methodology techniques used to formulate transfer prices for works performed and services rendered by auxiliary production units of agricultural organizations. Presented are ways used for transfer prices formulation, and the procedure for their calculation.

### **PRODUCTS COST ACCOUNTING IN DAIRY HUSBANDRY USING THE DIRECT COSTING SYSTEM**

© 2008 **OSIPOVA T.V.**, Associate Professor, Chair of Accounting, Russian University of Cooperation.

Direct costing system is effective in controlling production costs in agricultural organisations that deal with cattle-breeding products. Its advantage could not be overestimated when making scientifically based and effective management decisions in business accounting of the above enterprises. Techniques and procedures employed by the system are reviewed in the context of dairy husbandry within agricultural organisations.

### **INTERNAL ACCOUNTING AND ITS SIGNIFICANCE FOR MAKING MANAGEMENT DECISIONS IN LIVE-STOCK BREEDING**

© 2008 **KABANOVA G.I.**, Candidate of Science (Economics), Professor, Chair of Accounting, Russian University of Cooperation.

© 2008 **OSIPOVA T.V.**, Associate Professor, Chair of Accounting, Russian University of Cooperation.

For an agricultural organization under constantly changing market conditions and increased competition among goods producers, the taking of proper operative and tactical management decisions requires timely and reliable analytical information. In preparing and making management decisions and determining the place and behavior of the agricultural organization on the market use is made of internal information. It is exactly for this reason that issues relating to the internal economic control and accounting in the livestock agricultural organizations are found vitally important to be discussed in the article.

## **A METHODOLOGICAL BASIS OF MODELLING THE DYNAMICS OF COMMERCIAL ENTERPRISES PERFORMANCE INDICES**

© 2008 LAVROUSHIN V.M., Candidate of Science (Economics), Smolensk affiliation of Russian University of Cooperation.

Modeling the dynamics of commercial enterprises performance indices presents a clearer picture of how the enterprise has adapted to the contemporary market conditions of management. It will also allow the commercial enterprises to work out their behavior strategy and tactics and to significantly increase their management efficiency.

## **CONSUMER WELFARE AS A FACTOR OF CHANGES IN PRICES FOR ONE TYPE OF UTILITY FUNCTION**

© 2008 OLAYNIKOV B.I., Candidate of Technical science, Associate Professor, Chair of Engineering & Technological Disciplines and Service, Russian University of Cooperation.

A task has been set and solved so as to determine a level of change in consumer expenses (a change in his welfare) for purchasing goods of a definite mix with the price for the goods altering. Analytical solution of the task has been given for one kind of the consumer utility function on condition that with changes in prices the consumer retains the former utility level and makes use of goods of the same mix. The task solution has been illustrated by a simple example.

## **CONTROL WITH A DISPLACED OPTIMALITY CRITERIUM: A SOLUTION USING THE BELLMAN EQUATION**

© 2008 ERMILOV M.M., Senior Teacher, Chair of Mathematics and Economic & Statistical Modeling, Russian University of Cooperation.

© 2008 Ms SAYENKO E.A., Senior teacher, Chair of Mathematics and Economic & Statistical Modeling, Russian University of Cooperation.

The authors review the generalization procedure of one of the known problems in the theory of optimal control, in which the equation of state is linear. In contrast to the classical problem definition, the article describes the effect that an additional summand produces in the right-hand part of the equation of state. Derivation of main algorithms has also been presented.

## **DEVELOPMENT PROSPECTS FOR PUBLIC UTILITIES IN RUSSIA UNDER CONDITIONS OF INVESTMENT ACTIVITIES GROWTH**

© 2008 KOTOV D.A. ([dmitriys@pochta.ru](mailto:dmitriys@pochta.ru)), Postgraduate, Chair of Management, Russian University of Cooperation.

The author believes that every western policy in the sphere of utilities management cannot be successfully applied in Russia. The world practice does not have identical prescriptions that can guarantee efficient longterm performance of a public utility enterprise which would meet requirements of social justice. Each country should put in place a system of her own to provide utility services for the population proceeding from the country's economic and social conditions. A successful version of one country cannot be applicable that successfully in another country. Foreign experience testifies to the fact that there exist pluralism of opinions and approaches to utility services and multiple ways of utilities management that allow optimal patterns of distributing responsibility, incomes and risks between government and private businesses.

## **FORMATION OF CONSUMER QUALITIES OF GENERAL PURPOSE PLYWOOD OF FK BRAND USING OPTIMIZATION RECIPES**

© 2008 PETROV A.Yu., Assistant, Chair of Commodity Research, Goods Consulting and Audit, Russian University of Cooperation.

© 2008 **PETRISHCHE F.A.**, Doctor of Technical Science, Professor Chair of Commodity Research, Goods Consulting and Audit, Russian University of Cooperation.

The authors optimized consumer properties of general purpose plywood of FK brand to establish more rational glue recipe used for the plywood production. The obtained glue layer for the plywood provides for the emission of free formaldehyd E1 with preserving the economic feasibility of production.

### **QUALITY STUDIES OF APPISUPPLEMENTS PRODUCED OF DRONE LARVAE AND BEE-GLUE PROPOLIS AND THEIR USE IN IMMUNOMODULATING PRODUCTS**

© 2008 **PROKHODA I.A.**, Candidate of Technical Science, Senior Lecturer, science of commodities chair, Bryansk branch of Russian University of Cooperation.

Established is a high food and biological value of bilar powders obtained with a method of drone larvae sublimation drying. shown are possibilities of their use for medical and remedial treatment.

### **DEVELOPMENT OF TECHNOLOGY TO PRODUCE BAKED GOODS OF FUNCTIONAL PURPOSE**

© 2008 **ABESADZE L.T.**, Senior Teacher, Chair of Public Catering Technology, Russian University of Cooperation, (post55582@mail.ru)

It is hard to overestimate the significance of the nourishment system effect on a human being's health and potentiality to work. Breads (baked goods) are the most usable and important comestibles. Creation of special sorts of functional breads acquires a growing importance, especially baked goods with reduced contents of cholesterol and increased eicosanoic acids, since fats have a great effect on the texture and mouth-feel of breads. Fats are essential for finished bread products' better outward appearance, structure, elasticity and shelf life. In the course of investigations developed were recipes of baking of paste on the base of sponge with various vegetable oils being used. Demonstrated was the effect of added raw material upon the bakery yeast rising process, and the quality and shelf life of ready products.

### **THE ACCOUNT OF RUSSIA'S COMMERCE AND TRADE HISTORY**

© 2008 **BAZHENOV YU.K.**, Doctor of Science (Economics); Professor, Chair of Marketing and Advertising, Russian University of Cooperation; Academician, International Academy of Information Technology.

The author analyzes the early stages of trade relations in the Russian State with a good effort made to link them up with realities of contemporary times. He argues that it is hardly proper for contemporary entrepreneurs to forget the tokens and traditions of good old-times trade and economic activities, which have been tested many a time in the course of centuries of experience in the country's household activity.

### **PHILOSOPHICAL REASONS AND CONTEXTS OF THE SCIENCE OF HISTORY**

© 2008 **ROUBOCHKIN V.A.**, Candidate of Science (Philosophy), Professor, Chair of Philosophy, Sociology, History and Political Science, Russian University of Cooperation;

© 2008 **USHAKOV A.I.**, Doctor of Science (History), Professor, head of the Chair of Philosophy, Sociology, History and Political Science, Russian University of Cooperation.

The article defines philosophical problems that fit the size of science of history. It is a specific feature of the science, that it is a significant element of spiritual culture and education, a mode of learning history and national self – consciousness, and a social institution performing public functions.

## **THE STRUCTURAL PECULIARITIES OF A BUSINESS PRESENTATION**

© 2008 **SHCHERBAKOVA O.YU.**, candidate of Science (Philology), Docent, Chair of Foreign Languages, Russian University of Cooperation.

The article is devoted to the structural peculiarities of a business presentation. Effective and efficient business presentation is dependant on good clear communication. A businessman will not succeed in business, if he doesn't not succeed in putting his message right. The ability to deliver a cohesive, clear and compelling presentation is a core competency for any executive. A well-organized presentation should contain introduction, main body and conclusion.



СОДЕРЖАНИЕ

**К 95-летию Российского университета кооперации:  
представляем научно-педагогические школы**

*В.И. Криштафович*

**Научная школа:**

**«Научные и технические аспекты качества, сохраняемости и конкурентоспособности мясных продуктов при использовании пищевых добавок общefункционального назначения»** \_\_\_\_\_ 3

**Теория и практика кооперации**

*В.М. Пизенгольц*

**Новый рынок – новая кооперация** \_\_\_\_\_ 8

*А.А. Абалакин, Е.Г. Галушкина, О.В. Тишкова*

**Развитие агропромышленного комплекса через систему вертикальных кооперативных связей** \_\_\_\_\_ 10

*В.Т. Гришина*

**Маркетинг кооперативных организаций на рынке экопродуктов** \_\_\_\_\_ 15

**Экономика и управление**

*Т. Покуса, В. Потвора*

**Эволюция маркетинга и логистики в логистико-маркетинговом управлении** \_\_\_\_\_ 20

*О.В. Кочеткова, Ф.А. Петрище, И.И. Постников*

**Качество, конкурентоспособность продукции и ее функционально-стоимостной анализ** \_\_\_\_\_ 26

*М.В. Савина*

**Роль человеческого капитала в формировании креативной экономики** \_\_\_\_\_ 32

*Е.Л. Маслова*

**Социально-психологический климат: методы оптимизации и влияние на создание благоприятной рабочей обстановки** \_\_\_\_\_ 37

*Т.В. Абалакина, Н.В. Ширяева, Е.А. Максименко*

**Кластерная политика в АПК** \_\_\_\_\_ 47

*В.В. Кильдишев*

**Взаимодействие личных подсобных хозяйств с сельскохозяйственными предприятиями** \_\_\_\_\_ 50

**Региональная экономика: качество жизни населения**

*В.А. Кривошей*

**Применение многомерных классификаций в исследовании качества жизни населения регионов** \_\_\_\_\_ 54

<i>Е.Г. Лысова</i> <b>Системный анализ потребительского рынка региона</b>	59
<i>Н.А. Сидорова</i> <b>Маркетинг - важное направление совершенствования регионального туризма</b>	66
<b>Торговля, учет и аудит</b>	
<i>М.Д. Белецкий</i> <b>Торговля как вид предпринимательской деятельности: специфичность розничной торговли</b>	70
<i>А.А. Стивак</i> <b>Система рисков торговых организаций</b>	76
<i>Л.П. Чижова</i> <b>Этапы комплексного анализа риска торговой деятельности организаций</b>	83
<i>И.Д. Демина</i> <b>Методология аудита внешнеэкономической деятельности</b>	87
<i>М.Ф. Овсийчук, А.Е. Демин</i> <b>Формирование трансфертных цен на выполненные работы и оказанные услуги вспомогательных производств сельскохозяйственных организаций</b>	102
<i>Т.В. Осипова</i> <b>«Директ-костинг» и учет затрат в производстве молочной продукции</b>	107
<i>Г.И. Кабанова, Т.В. Осипова</i> <b>Роль внутренней отчетности в животноводческой сфере при выработке управленческих решений</b>	113
<b>Математические и инструментальные методы экономики</b>	
<i>В.М. Лаврушин</i> <b>Методологические основы моделирования динамики показателей деятельности коммерческих организаций</b>	117
<i>Б.И. Олейников</i> <b>Зависимость изменения благосостояния потребителя от изменения цен для одного вида функции полезности</b>	121
<i>М.М. Ермилов, Е.А. Саенко</i> <b>Управление при смещённом критерии оптимальности: решение с помощью уравнения Беллмана</b>	125
<b>Современные формы организации производства и новые технологии</b>	
<i>Д.А. Котов</i> <b>Управление коммунальными предприятиями: базовые модели и альтернативные мнения</b>	127

А.Ю. Петров, Ф.А. Петрище <b>Формирование потребительских свойств фанеры общего назначения марки ФК на основе оптимизации рецептур</b>	131
И.А. Прохода <b>Исследование качества апидобавок из трутневых личинок и прополиса и их использование в продуктах иммуномодулирующего действия</b>	139
Л.Т. Абесадзе <b>Разработка технологии производства хлебобулочных изделий функционального назначения</b>	142
<b>История, философия, филология</b>	
Ю.К. Баженов <b>Истоки торговли на Руси</b>	151
В.А. Рубочкин, А.И. Ушаков <b>Философские смыслы и контексты исторической науки</b>	157
О.Ю. Щербакова <b>Структурно-композиционные особенности текстов устной деловой коммуникации</b>	167
<b>Рецензии</b>	
Е.Ф. Авдокушин. <b>Рец.</b> на: С.В. Иванова. <b>Всемирная торговая организация: Учеб. пособие.</b> – М.: Экномистъ, 2007. – 318 с.	173
В.Т. Юсов, М.А. Измайлова. <b>Рец.</b> на: Л.М. Королев. <b>Психология управления: Учеб. пособие.</b> – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – 188 с.	175

CONTENTS

TO MARK THE 95<sup>TH</sup> ANNIVERSARY OF THE RUSSIAN UNIVERSITY OF  
COOPERATION THE FOLLOWING ACADEMIC SCHOOLS HAVE BEEN SET UP:

*KRYSHTOFOVICH V.I.*

**SCIENTIFIC SCHOOL**

SCIENTIFIC AND TECHNICAL ASPECTS OF QUALITY, PRESERVATION AND  
COMPETITIVENESS OF MEAT PRODUCTS IN USING FUNCTIONAL \_\_\_\_\_ 3

**COOPERATIVES THEORY AND PRACTICE**

*PIZENHOLTZ V.M.*

NEW MARKETS CALL FOR NEW COOPERATIVES \_\_\_\_\_ 8

*ABALAKIN A.A., GALUSHKINA E.G., TISHKOVA O.V.*

AGROINDUSTRIAL COMPLEX DEVELOPMENT VIA VERTICAL COOPERATIVE TIES \_\_\_\_\_ 10

*GRISHINA V.T.*

MARKETING ECOLOGICALLY CLEAN PRODUCTS BY COOPERATIVE  
ORGANIZATIONS \_\_\_\_\_ 15

**ECONOMICS AND MANAGEMENT**

*POKUSA T., POTWORA W.*

MARKETING AND LOGISTICS EVOLUTION IN LOGISTICAL MARKETING  
MANAGEMENT \_\_\_\_\_ 20

*KOCHETKOVA A.V., PETRISHCHE F.A., POSTNIKOV I.I.*

PRODUCTS QUALITY AND COMPETITIVENESS, AND THEIR FUNCTIONAL  
COST ANALYSIS \_\_\_\_\_ 26

*SAVINA M.V.*

THE ROLE HUMAN RESOURCES PLAY IN THE FORMATION OF CREATIVE  
ECONOMICS \_\_\_\_\_ 32

*MAZLOVA E.L.*

SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL CLIMATE: OPTIMIZATION METHODS AND  
THEIR EFFECT ON THE CREATION OF FAVOURABLE WORK ENVIRONMENT \_\_\_\_\_ 37

*ABALAKINA T.V., SHIRYAEVA N.V., MAKSIMENKO E.A.*

CLUSTER POLICY IN THE AGROINDUSTRIAL COMPLEX \_\_\_\_\_ 47

*KILEDISHEV V.V.*

INTERACTION BETWEEN PERSONAL PLOT SUBSISTENCE FARMING AND  
AGRICULTURAL ENTERPRISES \_\_\_\_\_ 50

**REGIONAL ECONOMICS**

*KRIVOSHEY V.A.*

USE OF MULTI-DIMENSIONAL CLASSIFICATIONS IN RESEARCH STUDIES  
OF THE LIFE QUALITY OF THE POPULATION IN REGIONS \_\_\_\_\_ 54

<i>LYSOVA E.G.</i> <b>SYSTEMS ANALYSIS OF A REGION'S CONSUMER MARKET</b>	59
<i>SIDOROVA N.A.</i> <b>MARKETING AS AN IMPORTANT TOOL IN PERFECTING REGIONAL TOURISM</b>	66
<b>COMMERCE, CALCULATION AND AUDIT</b>	
<i>BELETSKY M.D.</i> <b>TRADE AS AN ENTREPRENEURSHIP: PECULIARITY OF RETAIL TRADING</b>	70
<i>SPIVACK A.A.</i> <b>THE SYSTEM OF COMMERCIAL ORGANIZATIONS' RISKS</b>	76
<i>CHIZHOVA L.P.</i> <b>STAGES OF A RISK COMPLEX ANALYSIS OF COMMERCIAL ORGANIZATIONS' ACTIVITIES</b>	83
<i>DEMINA I.D.</i> <b>METHODOLOGY FOR AUDITING FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES</b>	87
<i>OVSYICHUCK M.F., DEMIN A.E.</i> <b>TRANSFER PRICE FORMULATION FOR WORKS DONE AND SERVICES RENDERED BY AUXILIARY PRODUCTION UNITS OF AGRICULTURAL ORGANIZATIONS</b>	102
<i>OSIPOVA T.V.</i> <b>PRODUCTS COST ACCOUNTING IN DAIRY HUSBANDRY USING THE DIRECT COSTING SYSTEM</b>	107
<i>KABANOVA G.I., OSIPOVA T.V.</i> <b>INTERNAL ACCOUNTING AND ITS SIGNIFICANCE FOR MAKING MANAGEMENT DECISIONS IN LIVE-STOCK BREEDING</b>	113
<b>MATHEMATICAL AND APPLIED METHODS USED IN ECONOMY</b>	
<i>LAVROUSHIN V.M.</i> <b>A METHODOLOGICAL BASIS OF MODELLING THE DYNAMICS OF COMMERCIAL ENTERPRISES PERFORMANCE INDICES</b>	117
<i>OLAYNIKOV B.I.</i> <b>CONSUMER WELFARE AS A FACTOR OF CHANGES IN PRICES FOR ONE TYPE OF UTILITY FUNCTION</b>	121
<i>ERMILOV M.M., SAYENKO E.A.</i> <b>CONTROL WITH A DISPLACED OPTIMALITY CRITERIUM: A SOLUTION USING THE BELLMAN EQUATION</b>	125
<b>MODERN PRODUCTION MANAGEMENT AND NEW TECHNOLOGIES</b>	
<i>KOTOV D.A.</i> <b>DEVELOPMENT PROSPECTS FOR PUBLIC UTILITIES IN RUSSIA UNDER CONDITIONS OF INVESTMENT ACTIVITIES GROWTH</b>	127

*PETROV A. Yu., PETRISHCHE F. A.*

**FORMATION OF CONSUMER QUALITIES OF GENERAL PURPOSE  
PLYWOOD OF FK BRAND USING OPTIMIZATION RECIPES** \_\_\_\_\_ 131

*PROKHODA I. A.*

**QUALITY STUDIES OF APPI SUPPLEMENTS PRODUCED OF DRONE LARVAE  
AND BEE-GLUE PROPOLIS AND THEIR USE IN IMMUNOMODULATING  
PRODUCTS** \_\_\_\_\_ 139

*ABESADZE L. T.*

**DEVELOPMENT OF TECHNOLOGY TO PRODUCE BAKED GOODS OF  
FUNCTIONAL PURPOSE** \_\_\_\_\_ 142

### **HISTORY, PHILOSOPHY, PHILOLOGY**

*BAZHENOV YU. K.*

**THE ACCOUNT OF RUSSIA'S COMMERCE AND TRADE HISTORY** \_\_\_\_\_ 151

*ROUBOCHKIN V. A., USHAKOV A. I.*

**PHILOSOPHICAL REASONS AND CONTEXTS OF THE SCIENCE OF HISTORY** \_\_\_\_\_ 157

*SHCHERBAKOVA O. YU.*

**THE STRUCTURAL PECULIARITIES OF A BUSINESS PRESENTATION** \_\_\_\_\_ 167

### **CRITIQUES**

*Avdokushin E. F. Critiques on: Ivanova S. V. World Trade Organization: A  
textbook. – M.: Economist, 2007. – 318 pp.* \_\_\_\_\_ 173

*Yusov V. T., Izmailova M. A. Critiques on: Koroliev L. M. Management Psychology: A  
textbook. – M.: Publishing and Trading Corporation "Dashkov & Co.", 2008. – 188 pp.* \_\_\_\_\_ 175



Для заметок

---



Российский университет кооперации

**ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ  
кооперативного сектора экономики**

**2008 № 4**

**Июль – август**

Научно-теоретический журнал

Ответственный за выпуск *Н.Н.Соловых*  
Ответственный редактор *Е.П.Погодин*  
Художественный редактор *С.Ю.Кириянов*  
Технической редактор *С.Ю.Кириянов*  
Корректор *И.И.Ромашкова*  
Компьютерная верстка *С.Ю.Кириянов, О.Ю.Бугаева*

Материалы публикуются в авторской редакции, точка зрения авторов  
может не совпадать с мнением редколлегии журнала.

При перепечатке материалов ссылка на журнал  
«Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора  
экономики» обязательна

Подписано в печать 08.05.2008. Формат 60x90 1/8.

Бумага офсетная. Гарнитура «Peterburg».

Печать офсетная. Объем 24,0 п.л. Тираж 999 экз.

Издательство АНО ВПО ЦС РФ «Российский университет кооперации».  
141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12/30.

Типография ООО «ПКФ «СОЮЗ-ПРЕСС»,  
г. Ярославль, проезд Доброхотова, 16-158

© Российский университет кооперации, 2008