

**ВЕСТНИК**  
**САМАРСКОГО**  
**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО**  
**ИНСТИТУТА**

□ 2 (6)

Самара 2010

### **Учредитель**

Негосударственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
“Самарский финансово-экономический институт”  
(443110, г. Самара, ул. Мичурина, д. 78)

### **Главный редактор**

кандидат экономических наук, доцент А.М. Михайлов

#### **Редакционный совет**

*А.В. Мещеров* - доктор экономических наук, профессор, ректор Самарского финансово-экономического института

*С.Н. Сильверстов* - доктор экономических наук, профессор, заместитель директора Института экономики Российской академии наук

*А.Г. Зельднер* - доктор экономических наук, профессор Института экономики Российской академии наук

*О.Ю. Мамедов* - доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, зав. кафедрой политэкономии и экономической политики Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону

*Г.В. Семенов* - доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой менеджмента и предпринимательской деятельности Казанского государственного технологического университета

#### **Редакционная коллегия**

*А.М. Михайлов* - кандидат экономических наук, доцент, главный редактор Вестника Самарского финансово-экономического института

*В.Я. Вишневер* - кандидат экономических наук, доцент, проректор по научной работе Самарского финансово-экономического института

*В.С. Гродский* - доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономической теории Самарского финансово-экономического института

*Мещеров В.А.* - доктор экономических наук, доцент, первый проректор Самарского финансово-экономического института

Издается с 2009 г. Выходит 4 раза в год

Свидетельство о регистрации  
средства массовой информации  
ПИ □ФС 77-35348 от 18 февраля 2009 г.,  
выдано Федеральной службой по надзору  
в сфере связи и массовых коммуникаций

Адрес редакции: 443090, Самара, ул. Советской Армии, 141.  
Телефон: (846) 224-06-67  
E-mail: support@samfei.ru

© Самарский финансово-экономический институт, 2010

---

---

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |           |
|--|-----------|
| <i>Дуняшина С.А.</i><br>Электронные деньги как логический этап эволюции денег .....  | 4         |
| <i>Прокаев А.Д.</i><br>Развитие внешнеторговых связей между Россией и странами СНГ .....   | 9         |
| <i>Брус Е.Д.</i><br>Фиктивная и действительная стоимости как баланс<br>экономических интересов .....                                       | 16        |
| <i>Чекин С.В.</i><br>Становление и развитие товарного рынка в России .....   | 22        |
| <i>Ишмуратов А.И.</i><br>Экономическая сущность клиентского капитала .....   | 28        |
| <i>Шеняева Т.А.</i><br>Практические аспекты применения института таможенного тарифа<br>в целях защиты экономических интересов России ..... | 34        |
| <i>Прохорова О.В.</i><br>Кредитные ноты - CLN как альтернативный инструмент<br>по привлечению денежных средств коммерческими банками ..... | 40        |
| <i>Вишневер С.В.</i><br>Структурный анализ российского рынка авиаперевозок .....   | 45        |
| <i>Кабакова Э.В.</i><br>Развитие категории “естественная монополия” в рамках<br>неоклассической школы и неоинституционализма .....         | 51        |
| <i>Михайлова Е.А.</i><br>Экономические и институциональные интересы и их противоречия<br>в условиях глобализации экономики .....           | 58        |
| <i>Бирюков М.С.</i><br>Экономические выгоды лизинга перед кредитом .....   | 65        |
| <i>Камский А.В.</i><br>Лизинг недвижимости как современный этап развития лизинга<br>в России .....   | 71        |
| <b>Annotations to the Articles .....</b>   | <b>78</b> |

---

---

# ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ КАК ЛОГИЧЕСКИЙ ЭТАП ЭВОЛЮЦИИ ДЕНЕГ

© 2010 С.А. Дуняшина

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: dunyashina@yandex.ru

Технический прогресс и концепция экономии общественного труда постоянно предлагают новые решения, оказывающие существенное влияние на все экономические процессы, в том числе и на денежную сферу. В статье рассмотрены причины возникновения электронных денег. Проведен сравнительный анализ электронных денег, наличного и безналичного способов расчетов.

*Ключевые слова:* электронные деньги, виды денег, эволюция денег, электронные платежи, деньги.

Деньги представляют собой категорию, постоянно находящуюся в развитии. Со времени своего возникновения деньги значительно видоизменились. Однако развитие денег проявляется не только в смене одних их видов другими, но и в трансформации условий обращения. Предпосылками появления новых форм денег служат возникновение экономической необходимости, когда предыдущие формы (виды) денег начинают тормозить процесс производства и обмена, а также поиск более выгодных систем расчета, при которых происходит экономия общественного труда, снижение издержек денежного оборота, повышение скорости оборота, увеличение надежности и удобства движения денег. Процессу смены видов денег предшествует технический и научный прогресс.

Последние годы XX в. ознаменовались новым этапом в развитии товарно-денежных отношений. Это выражено в появлении особой формы расчетов - электронных денег.

Технологический фактор становится основным в процессе эволюции денежных форм. Рыночная экономика держится на жесткой конкуренции производителей товаров и услуг. Развитие микроэлектроники и компьютерной техники повлекло за собой расширение границ локальных рынков за счет повсеместного распространения электронной коммерции. Развитие альтернативных способов ведения розничного и банковского бизнеса на основе он-лайн-технологий предопределило огромные изменения в сфере денежного обращения. Благодаря нововведениям в области информационных технологий, появилась возможность производить расчеты практически моментально (в режиме on-line) и с гарантией юридической значимости передаваемых по каналам связи электронных документов. С развитием технологий у субъектов экономики происходят изменения в спросе на финансовые услуги. Как производители и поставщики, так и частные домохозяйства заинтересованы в ускорении оборачиваемости расчетов. Они стремятся получать свои деньги в любое время и в любом месте с максимальной экономией времени.

Конкурентная борьба проявляется и на финансовых рынках. Свою долю на рынке хотят обрести не только банки, но и небанковские институты.

Все названные факторы (технологический прогресс, конкурентная борьба, изменения в предпочтениях потребителей) и дали толчок к развитию электронных денег.

Появлению электронных денег предшествовало внедрение платежных систем, обладающих преимуществами по сравнению с традиционными бумажными деньгами. Это, в первую очередь, системы расчетов с применением дебетовых и кредитных пластиковых карт, а также системы, использующие электронные предоплаченные карты с ограниченными возможностями обращения. Несмотря на то, что расчеты с помощью карт обладают рядом очевидных преимуществ (пластиковые карты удобно использовать и хранить, они могут быть легко восстановлены при утере или порче; нет необходимости наличия большой физической массы денег, что влечет за собой риск кражи; по привилегированным карточкам предусмотрены дополнительные льготы в виде скидок; широкий диапазон обслуживания и развитая сеть банкоматов и т.д.), они не смогли окончательно вытеснить наличные деньги из оборота. Это происходит в силу того, что наличные расчеты, с точки зрения плательщика, имеют ряд специфических преимуществ. Владелец наличности обладает возможностью неограниченного и безусловного распоряжения своими средствами. У наличных денежных средств большая относительно к безналичным средствам оперативность в расчетах. И главное преимущество - анонимность платежей. Поэтому основной смысл внедрения в обращение электронных денег состоял в консолидации преимуществ электронного и наличного оборота денежной массы.

Сущность трансформации видов денег проявляется в том, что происходит дальнейшая эволюция способов авторизованного перевода средств от одного владельца другому.

Для успешного функционирования и занятия электронными деньгами ниши финансового рынка необходимо, чтобы все субъекты экономических взаимоотношений: потребители, поставщики (продавцы товаров и услуг), банки и операторы электронных платежных сетей - получили дополнительные выгоды.

Так, потребители с внедрением электронных денег получают большие удобства, безопасность и конфиденциальность расчетов, т.е. в дополнение к преимуществам расчета по карточкам клиенты получают возможность проводить расчеты анонимно. Однако при необходимости можно точно доказать, что была произведена оплата конкретного товара (услуги) определенному продавцу. Технически это становится возможным благодаря системе "слепой" цифровой подписи. В системе электронных денег используются ключи двух видов: индивидуальные - для подтверждения стоимости купюр и общедоступные - для проверки их подлинности при проведении платежей. Подписывающий информацию видит ее лишь в части, ему необходимой, но своей цифровой подписью заверяет подлинность всей информации: эмитент видит достоинство купюр, но не знает их серийных номеров, которые знает только их владелец. При этом математически точно доказывается, что такой "слепой" подписью гарантируется подлинность всего содержимого купюры с той же надежностью, что и обычной цифровой подписью, которая стала за последние годы одним из самых популярных средств подтверждения подлинности электронных документов<sup>1</sup>.

Для поставщиков (продавцов) товаров и услуг фактором, свидетельствующим в пользу использования электронных денег, является увеличение объемов продаж. Использование сети Интернет позволяет продавцам обеспечить себе выход на более широкие рынки со снижением издержек на аренду, маркетинг, рекламу. Также происходит сокращение издержек по обслуживанию налично-денежного оборота.

Для банков и операторов электронных финансовых сетей преимуществами являются расширение доли на финансовом рынке. Эмитенты электронных денег получают на депонент традиционные наличные либо безналичные деньги, которые можно пустить в оборот с целью извлечения прибыли. Также заметно сокращаются издержки по обслуживанию наличного оборота. Снижаются трудовые и материальные затраты на перевозку, хранение и пересчет наличных денег. При транзакциях с использованием “сетевых денег” роль финансовых посредников в лице банков или небанковских институтов сведена к минимуму.

Таким образом, благодаря научно-техническому прогрессу, было разработано специальное программное обеспечение, что сделало возможным возникновение нового средства расчетов - электронных денег. При помощи электронных денег становится реальным осуществлять платежи в режиме on-line в компьютерных сетях с максимальным эффектом для всех субъектов экономики.

Технический прогресс стал главным фактором появления новых форм торговли и ведения бизнеса с использованием сети Интернет. Экономической необходимостью появления электронных денег стали потребность в обслуживании данной сферы и снижение издержек субъектов экономики. Следовательно, формирование рынка электронных денег не было стихийно образованным процессом, это была назревшая необходимость.

С момента появления электронных денег ряд экономистов высказывают мысль, что в дальнейшем электронные деньги полностью вытеснят наличные деньги из обращения, т.е. электронные деньги воспринимаются как конкурирующая альтернатива наличным деньгам. Но так как появление электронных денег повлекло за собой потребность обеспечения поддержки коммерческих операций в сети Интернет, где применение имеющихся платежных инструментов неудобно или невозможно, то в настоящее время электронные деньги следует рассматривать как дополнение к реальным деньгам и как еще один инструмент осуществления расчетов в сети Интернет, дополняющий пластиковые карточки. В настоящее время электронные деньги являются наиболее перспективным, с точки зрения технологичности, простоты и безопасности, способом расчетов в Интернете.

Вопрос о преимуществах и недостатках электронных денег особенно важен при рассмотрении дальнейшего развития и функционирования этого средства платежа. Не рассмотрев подробно все “плюсы” и “минусы” электронных денег и не сравнив их с другими средствами платежа, невозможно понять, насколько привлекательным является данный вид расчетов.

К преимуществам электронных денег можно отнести:

- по сравнению с наличными деньгами:

1) безопасность - использованием возможностей компьютера достигается высокая степень защиты доступа к денежным ресурсам, передача информации ведется с использованием протокола с кодовым ключом либо другими криптографическими алгоритмами. Не существует возможности утраты денег, что нельзя сказать о наличных деньгах;

2) защищенность - подделать электронные деньги практически невозможно, что сводит шансы стать жертвой фальшивомонетчиков к нулю. Зашифрованные коды имеют очень высокую степень защиты;

3) комфорт и моментальность покупки - владелец электронного кошелька может обзавестись нужными товарами и услугами, не отрываясь от своих занятий и получая экономию во времени;

4) снижение издержек налично-денежного оборота в розничной торговле;  
5) решение проблемы использования неучтенной наличности (“черного нала”), повышение бюджетных поступлений от предприятий торговли и обслуживания. Этот пункт требует соответствующего государственного регулирования;

- по сравнению с безналичными денежными средствами:

1) чрезвычайно низкая стоимость транзакций, особенно внутренних (перечисления с кошелька на кошелек). Низкая стоимость транзакций делает возможным применение электронных денег для осуществления микроплатежей, что, в отличие от безналичных переводов, оказывается невыгодным из-за высокой комиссии;

2) доступность - любой пользователь имеет возможность открыть собственный электронный счет;

3) удобство - двухсторонняя связь (возможность отправлять и получать деньги мгновенно), избавление от посещения банка с заполнением банковской документации, доступ к системе возможен в любое время недели и суток;

4) мобильность - вне зависимости от места своего нахождения пользователь может осуществлять любые финансовые операции со своим счетом;

5) оперативность - перевод средств с одного кошелька на другой происходит практически мгновенно, время совершения внешних платежей определяется только скоростью работы платежной системы. Перечислить деньги внутри одного города так же легко, как и из страны в страну, а самое главное - так же быстро;

б) анонимность - право на конфиденциальность покупки. Однако это преимущество может утратить свою силу в связи с попытками государства обеспечить регулирование оборота электронных денег, что уравнивает их с банковскими счетами и лишает большей части анонимности;

7) конвертируемость - электронные деньги в любой момент могут быть обменены на обычные деньги и наоборот. Существует множество способов обмена - кассы обмена и дилеры в крупных городах, предоплаченные карты, банковский и почтовый переводы, платежные терминалы самообслуживания и банкоматы.

К основным недостаткам электронных денег по сравнению как с наличными, так и с безналичными расчетами следует отнести следующие:

1) эмиссия электронных денег гарантируется исключительно эмитентом, государство не дает никаких гарантий сохранения их платежеспособности и ликвидности. Потребители могут понести финансовые потери, если эмитент электронных денег станет неплатежеспособным, банкротом и будет не способен выполнить свои обязательства перед держателями электронных денег. Этот недостаток приводит к тому, что электронные деньги не рекомендуется использовать для осуществления крупных платежей, а также для накопления существенных сумм в течение длительного времени. То есть электронные деньги в первую очередь платежное, а не накопительное средство. Использование наличных денег и безналичных денежных средств в данном аспекте является более привлекательным, так как монополистом в эмиссии банкнот и монет является Центральный банк;

2) электронные деньги не являются общепринятым платежным средством, обязательным к приему. Из-за этого все платежи, которые возможно совершить при помощи электронных денег, сводятся к тому набору, который предоставляет оператор системы, произвольные платежи в

рамках системы невозможны. Возможен отказ и со стороны получателя денежных средств принять данный вид денег;

3) существует правовая неопределенность - если государство признает сложившуюся практику использования электронных денег противоречащей законодательству, есть возможность для владельцев электронных кошельков лишиться средств.

Назовем и специфические недостатки по сравнению с наличными деньгами:

1) потеря конфиденциальной информации. Владельцы электронных денег могут столкнуться с тем, что информация о сделке будет раскрыта без разрешения для использования в мошеннических целях;

2) требуется наличие специальных технических устройств, в работе которых не исключены сбои.

Таким образом, проведенный нами сравнительный анализ использования различных видов расчетов при оплате за товары и услуги показал, что, несмотря на ряд преимуществ электронных денег, особенно по сравнению с безналичными средствами платежа, существуют и серьезные проблемы в использовании электронных денег. Это, прежде всего, связано с нормативно-правовым регулированием деятельности в сфере расчетов электронными деньгами. Без придания электронным деньгам статуса законного средства платежа и разработки со стороны государства актов и инструментов контроля над деятельностью эмитентов электронных денег невозможно решить проблему обеспечения доверия со стороны населения к использованию данного вида платежа.

Подводя итог рассмотренному выше, можно сделать следующие выводы.

Во-первых, эволюция форм и видов денег связана с закономерным развитием научно-технического прогресса и концепции экономии общественного труда. Первая связь проявляется в том, что новая форма денег (или вид внутри формы) появляется только в соответствии с экономической необходимостью, когда предыдущие формы (виды) денег начинают тормозить процесс производства и обмена. Вторая связь проявляется в постоянном поиске более совершенных способах расчетов, при которых происходит экономия общественного труда, снижение издержек денежного оборота, повышение скорости оборота, увеличение удобства использования денег.

Во-вторых, технологический прогресс, конкурентная борьба на товарных и финансовых рынках, изменения в предпочтениях потребителей дали мощный толчок к развитию электронных денег.

В-третьих, основной смысл ввода в обращение электронных денег заключался в консолидации преимуществ безналичного и наличного оборота денежной массы для всех экономических субъектов.

В-четвертых, удобство и преимущества, предлагаемые новыми средствами платежа, позволяют положительно оценить перспективы их внедрения в хозяйственный оборот.

Следующим логическим шагом после апробации электронных денег в сфере обслуживания розничных платежей должно стать их внедрение в хозяйственный оборот для реализации крупных расчетов между юридическими лицами.

<sup>1</sup> *Лебедев А.Н.* Электронные деньги: миф или реальность. 01.06.2006 г. URL: <http://www.citcity.ru/13128>.



---

---

## РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ СВЯЗЕЙ МЕЖДУ РОССИЕЙ И СТРАНАМИ СНГ

© 2010 А.Д. Прокаев

Самарский государственный экономический университет

E-mail: alexey-prokaev@yandex.ru

В статье рассматривается современное положение дел во внешнеэкономических отношениях между Россией и странами СНГ. Содержатся данные, наиболее ярко характеризующие внешнеэкономическую ситуацию, проводится анализ эффективности сотрудничества российских компаний и их партнеров из СНГ. Также рассматриваются сферы внешней торговли, требующие развития, и приводятся некоторые прогнозы на ближайшее будущее.

*Ключевые слова:* внешняя торговля, внешнеэкономические отношения, международная торговля, внешнеэкономическая политика, внешняя торговля России, экономические связи России и стран СНГ, внешнеэкономический бизнес.

Интеграция России в мировое хозяйство, ее утверждение как равноправного участника в системе международных экономических отношений, в международном разделении труда находятся в самом начале своего развития. Это достаточно сложный и многообразный процесс. Предпосылками к решению проблемы интеграции могут стать прохождение Россией основных ступеней развития экономики рыночного типа, которые в свое время миновали экономически более развитые страны, а также восстановление нарушенных связей, экономическая интеграция в рамках СНГ (поначалу в рамках какой-либо его части) и, соответственно, совместное вступление единым блоком в мировое хозяйство.

Одновременно с указанными процессами должна осуществляться выработка механизма взаимодействия с промышленно развитыми, развивающимися странами, международными экономическими организациями, региональными торгово-экономическими блоками и группировками. Очевидно, что все это требует немало времени и усилий. Движение к рыночной экономике проявляется не только в развитии товарно-денежных отношений внутри страны, но и в возрастающем приобщении к мировой хозяйственной системе.

Российские реформы предполагают существенную интеграцию страны в мировое хозяйство и в этом русле активное участие в региональной интеграции на постсоветском пространстве. Такой путь достаточно сложен и на первых порах сопряжен не только с выгодами, но и с потерями. Страна, переживающая трансформационный кризис, не может претендовать на достойное место в глобальной экономике, однако можно предположить, что в будущем, если учесть потенциальные возможности, которые открывают географическое положение на двух континентах, обилие природных богатств, значительный научно-интеллектуальный и промышленный потенциал, роль России в глобальной экономике существенно возрастет. Под таким углом зрения надо воспринимать современное состояние российских внешнеэкономических связей и перспективы включения страны в международное разделение труда.

Развитие и углубление торгово-экономического сотрудничества со странами СНГ являются в настоящее время одним из важных направлений

внешнеэкономической политики Российской Федерации. Экономические интересы России на этом экономическом пространстве обусловлены наличием емкого рынка сбыта готовой продукции, включая машины, оборудование и другую наукоемкую продукцию, а также существованием сложившихся в советское время многоплановых производственно-кооперационных связей в различных отраслях национальных экономик. В то же время Россия существенно зависела от поставок из стран СНГ ряда важных видов стратегического сырья (цветных и редкоземельных металлов, хлопка, продовольствия и т.д.).

Среди важных особенностей современного развития торгово-экономических отношений в рамках Содружества нельзя не отметить стремление стран СНГ к ослаблению зависимости от российского рынка и переориентации внешнеторговых связей на промышленно развитые страны, на некоторые исламские государства и другие направления. Так, Украина, Молдавия и Белоруссия пытаются активно развивать внешнеэкономические связи с Германией и другими странами Западной и Восточной Европы, республики Средней Азии - с Турцией, Ираном и т.д.

Некоторое оживление внутрирегиональной торговли в 1995 - 1997 гг. было сравнительно краткосрочным и не привело к восстановлению объема товарооборота даже до уровня 1992 г. (45,5 млрд. долл.). Финансовый кризис в России повлек за собой новое сокращение товарооборота в 1998 - 1999 гг. до уровня 24,8 и 19,1 млрд. долл., соответственно. В начале 2000-х гг. стоимостные объемы взаимной торговли России со странами Содружества стали стабильно возрастать, что было обусловлено в решающей степени активным ростом мировых цен на основные товары российского экспорта - энергоносители. Объем взаимной торговли в 2003 г. составил около 34,1 млрд. долл., т.е. всего около 17,8% общего товарооборота России.

Товарная структура взаимных поставок отражает кризисное состояние практически всех стран Содружества, заметной деиндустриализацией их экономики и снижением роли обрабатывающей промышленности в структуре их производства. В структуре российского экспорта преобладают топливно-энергетическая продукция (до 40%), а также машины, оборудование и транспортные средства (около 20%). Регулярно поставляются черные и цветные металлы (около 10%) и химическая продукция (также около 10%).

Ведущей товарной группой в российском импорте является продукция машиностроения, причем ее удельный вес (около 25%) превышает долю этой товарной группы в российском экспорте. Данный факт отражает как сохранившиеся с советских времен кооперационные связи между машиностроительными предприятиями постсоветского пространства, так и потребительские предпочтения, обусловленные низким платежеспособным спросом. Страны СНГ в настоящее время могут поставлять на региональный рынок в основном морально устаревшую и, следовательно, недорогую технику. Россия импортирует из стран СНГ также продовольственные товары (17-20%), металлы и металлоизделия (около 15%) и химическую продукцию (около 15%).

Основными торговыми партнерами России в торговле со странами ближнего зарубежья в годы их независимого развития являются Белоруссия, Украина, Казахстан и Узбекистан, на долю которых приходится более 90% общего товарооборота России со странами Содружества. Ведущим торговым партнером РФ среди стран СНГ до 1997 г. была Украина,

однако уже в 1998 г. по стоимостному объему двустороннего товарооборота на первое место вышла Белоруссия. Торгово-экономические связи с остальными государствами Содружества как по объемам, так и по структуре незначительны, особенно с Арменией, Грузией и Киргизией.

Торгово-экономические отношения России с Белоруссией с самого начала существования Содружества развивались в условиях взаимной заинтересованности в упрочении двусторонних связей как в политической, военной, так и во внешнеэкономической сфере. Мощный импульс развитию двусторонних торгово-экономических отношений придало подписание в 1995 г. Соглашения о создании Таможенного союза между Россией и Белоруссией, к которому позднее присоединились Казахстан, Киргизия и Таджикистан.

Уже в 1998 г. товарооборот России с Белоруссией составил почти 9,2 млрд. долл., сравнявшись с объемом товарооборота России с США. Доля Белоруссии в товарообороте РФ со странами СНГ в 1998 г. составила более 37%, и Белоруссия вышла на первое место среди торговых партнеров в СНГ. Хотя в 1999 г. из-за финансового кризиса двусторонняя торговля сократилась до 7 млрд. долл., в начале 2000-х гг. она стала активно возрастать, подстегиваемая в основном ростом мировых цен на энергоносители. В 2003 г. объем товарооборота достиг 12,46 млрд. долл., с удельным весом в торговле со странами Содружества почти 37%, а в 2004 г. - 17,48 млрд. долл. и 37%, соответственно. Доля Белоруссии в общем товарообороте России - 6,8%.

Основной товарной позицией российских поставок в Белоруссию остается топливно-энергетическая продукция (сырая нефть, природный газ, уголь и др.), на долю которой в последние годы приходится около 40%. Продукция машиностроения также занимает существенную часть российских поставок и является второй по значимости товарной группой в российском экспорте (в 2003 г. - почти 17%). Поставляется различное технологическое оборудование, электротехническая продукция и др. В российском экспорте представлены также металлы и изделия из них (почти 15%), продукция химической промышленности (около 10%), а также продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (10%).

В российском импорте из Белоруссии ведущей товарной статьёй являются машины, оборудование и транспортные средства, причем стоимостный объем и удельный вес этой товарной группы существенно превышают соответствующие параметры российских поставок в Белоруссию. Так, в 2003 г. Россия закупила в Белоруссии грузовых автомобилей, тракторной и сельскохозяйственной техники, бытовой техники и прочего на сумму более 1,8 млрд. долл. (почти 37% стоимости всего импорта), а экспортировала на 1,22 млрд. долл. (около 17%). Импортируются также продовольственные товары (более 15%), химические товары (искусственные волокна, минеральные удобрения и пр.) - около 10%, а также товары народного потребления (12-15%). Благодаря существующему между РФ и Белоруссией режиму Таможенного союза, а также низкой оплате труда белорусские товары имеют на российском рынке определенные конкурентные преимущества.

Одним из важнейших торговых партнеров России среди стран СНГ является Украина, как по объему взаимного товарооборота, так и по глубине и значимости двусторонних многоплановых научных, производственных и внешнеэкономических связей. В первые годы реформ на основе

еще сохранявшихся хозяйственных связей, унаследованных от единого народнохозяйственного комплекса Советского Союза, Украина являлась ведущим торговым партнером России в рамках СНГ.

Если еще в 1995-1996 гг. товарооборот России с Украиной продолжал хотя и незначительно, но увеличиваться, то в последующие годы объемы торговли стали сокращаться, составив в 1998 г. сумму 8,8 млрд. долл. Основной причиной этого сокращения послужила большая задолженность Украины за поставленные российские энергоносители, что вынуждает российских экспортеров сокращать объемы поставок, а это, в свою очередь, снижает и возможности импорта из этой страны.

С 2000 г. товарооборот снова начал возрастать на базе значительного повышения мировых цен на топливно-энергетические товары, являющиеся основой российского экспорта в Украину. В 2003 г. двусторонний товарооборот достиг 12,03 млрд. долл., а удельный вес в общем объеме внешней торговли России составил около 6,3% при более 35% - в торговле со странами СНГ по сравнению с 46% в 1996 г. В 2004 г. товарооборот снова увеличился и составил почти 17 млрд. долл. при удельном весе в товарообороте со странами СНГ около 36%, а в общем товарообороте - 6,6%.

Основной движущей силой, поддерживающей российско-украинскую торговлю, остается жесткая зависимость Украины от поставок российских энергетических ресурсов. Этот же фактор, как ни парадоксально, является и одним из основных препятствий на пути развития взаимного товарооборота, поскольку и постоянный дисбаланс товарооборота, и неснижающаяся задолженность Украины перед Россией обусловлены именно данными поставками топливно-энергетических товаров. По оценкам экспертов, начиная с 1994 г. сумма ежегодной задолженности Украины перед Россией за энергетические товары не опускалась ниже 2,2 млрд. долл. Россия предпринимает масштабные действия по облегчению этого долга. Так, в октябре 2001 г. украинский долг в 1,4 млрд. долл. за поставленный газ был реструктурирован на 12 лет с трехлетним льготным периодом.

Основными статьями российского экспорта на Украину по-прежнему являются энергоресурсы (в 2003 г. - более 60% общей стоимости экспорта). Существенное место в структуре российского экспорта занимает также продукция машинотехнической группы (электротехническая продукция, оборудование АЭС, средства наземного транспорта и др.). Удельный вес этой товарной группы составляет почти 15%, черные и цветные металлы (6%), химическая продукция (7%), продовольственные товары (5%), а также пиломатериалы, бумага и т.д.

Ведущей товарной группой в российском импорте из Украины являются машины, оборудование и транспортные средства, на долю которых приходится почти 30%, что обусловлено в значительной степени сохранившимися кооперационными связями с обрабатывающими отраслями российского производства, включая сотрудничество в рамках военно-промышленного комплекса. Большой удельный вес занимают черные и цветные металлы - почти 25%, продовольственные товары (сахар, мясо и др.) - около 22%, химическая продукция - свыше 10%.

Особенность внешнеторговых связей России с Украиной заключается в значимости взаимной торговли услугами, и в первую очередь транспортными, поскольку через территорию Украины проходят важнейшие транзитные коридоры (нефте- и газопроводы, железнодорожные и автомобильные магистрали и др.), которые обеспечивают российский экспорт и

импорт по основному географическому направлению - Европейский регион. В связи с этим Украина (как и Белоруссия) имеет на постоянной основе крупные валютные поступления от продажи транзитных услуг. По оценке экспертов, в последние годы Украина только доходами за транзит российской нефти и газа через трубопроводную сеть и порты Черного моря формирует не менее 10% ВВП страны.

Торгово-экономические связи РФ с Казахстаном обусловлены высоким уровнем интегрированности экономик двух стран, созданным еще в советское время на едином политико-экономическом пространстве Союза ССР. Наличие в Казахстане крупных отраслевых комплексов (топливно-энергетического, горно-металлургического и др.), а также достаточно высокий уровень платежеспособного спроса на многие виды российских машин и оборудования определяют экономическое значение и перспективы Казахстана как потенциального торгового партнера России.

В 2003 г. товарооборот России с Казахстаном достиг почти 5,8 млрд. долл. (10-е место в общем списке торговых партнеров), а удельный вес Казахстана в торговле России со странами Содружества составил около 17%. В 2004 г. двусторонний товарооборот был равен уже 8,1 млрд. долл. с удельным весом во внешней торговле с СНГ немногим более 17%, а в общем товарообороте России составил около 3%.

Существенную роль в экспорте России в Казахстан играет продукция топливно-энергетического комплекса - более 20 %, продукция машиностроительных отраслей - почти 30%, продукция химии и нефтехимии - 17-20%, прокат черных металлов - до 20% и т.д.

Российский импорт из Казахстана также почти на 35% состоит из энергоресурсов (нефть - 18%, уголь - 10%), что обусловлено сохранившимися межрегиональными интеграционными связями между нефтеперерабатывающими предприятиями и потребителями нефтепродукции, угля, газа и пр. Продукция черной металлургии занимает в российском импорте из Казахстана около 13%, а продовольственные товары - до 10%. Важнейшими статьями российского импорта из Казахстана являются также руды, концентраты, цветные и редкоземельные металлы. Так, доля Казахстана в общем российском импорте руд и концентратов составляет по хромовым рудам - 98%, вольфрамовым - 85%, по рудам и концентратам железным - 83%, марганцевым - 38% и никелевым - 36%.

Среди бывших среднеазиатских союзных республик наиболее значимым торговым партнером России является Узбекистан, доля которого в товарообороте РФ со странами СНГ составляла еще в 1997 г. более 6%. В последующие годы товарооборот России с Узбекистаном последовательно сокращался и в 2002 г. составил всего 0,907 млрд. долл., а его доля - менее 1%. В 2003-2004 гг. обозначился некоторый рост двустороннего товарооборота, стоимостный объем которого в 2004 г. составил немногим более 1,5 млрд. долл. с удельным весом в общем товарообороте России около 1%, а в торговле со странами СНГ - 3%. Узбекистан является крупным импортером российской продукции машиностроения, доля которой в структуре российского экспорта в Узбекистан составляет почти 40 %. Существенна роль российских поставок в Узбекистан продукции черной металлургии и изделий из нее (до 20%), продукции химии и нефтехимии (более 20%), продукции лесотехнической группы (более 10%) и др.

В товарной структуре импорта РФ из Узбекистана основная доля приходится на сельскохозяйственное сырье (хлопок) (около 30%), а также на

товары народного потребления: ткани, пряжа и пр. (более 20%). Узбекистан стал также и заметным поставщиком в Россию машин и транспортных средств, в основном легковых автомобилей корейских марок, собранных в Узбекистане (около 23%). В небольшом количестве импортируются также овощи, фрукты и др. В целом структура взаимной торговли РФ со странами СНГ носит, как правило, сырьевой характер, и доля этой товарной группы в структуре товарооборота составляет более половины. Удельный вес машиностроительной продукции во взаимной торговле составляет всего около 18%.

Существенным тормозом на пути развития торгово-экономических связей РФ со странами СНГ является все возрастающая задолженность этих государств России, обусловленная торговым дисбалансом. Общая задолженность стран СНГ России, переоформленная с большинством государств в государственный долг, составляет сумму свыше 6 млрд. долл., причем сумма просроченной задолженности уже превысила 1 млрд. долл.

Сотрудничество РФ со странами Содружества, хотя и несколько стабилизировалось в последние годы, все же далеко не соответствует как возможностям, так и объективным потребностям стран СНГ, включая и Россию. Очевидно, что перспективы последующего взаимодействия как со странами Содружества в целом, так и с отдельными странами в большей степени будут определяться возможностью восстановления научно-технического, производственного и оборонного потенциала России. Немаловажную роль в этом процессе играют также и субъективные факторы, т.е. позиции руководителей стран Содружества. Главной целью развития внешнеэкономического сотрудничества является равноправная интеграция России в систему международных экономических отношений, с тем чтобы использовать в интересах страны преимущества международного разделения труда. Нынешняя модель взаимодействия России с мировым рынком не соответствует ни ее потенциальным возможностям, ни долговременным экономическим интересам.

Успехи, а равно и неудачи в торговле не являются чем-то статичным. Конкурентоспособность по отдельным видам продукции может варьироваться от компании к компании, когда изменения на рынке или внедрение новых технологий делает возможным выпуск более дешевых изделий улучшенного качества. История и опыт свидетельствуют, что целые страны, обладающие определенными преимуществами, скажем, в стоимости трудовых или природных ресурсов, могут утратить конкурентоспособность некоторых своих товаров или услуг по мере своего экономического развития. Однако при наличии стимулов, которые предоставляет открытая экономика, они быстро приобретают конкурентоспособность в каких-нибудь других областях. Этот процесс, как правило, является постепенным, так как в той мере, в какой системе торговли дозволено функционировать без каких-либо сдерживающих факторов протекционизма, фирмы заинтересованы в адаптации своей деятельности к новым условиям, причем это происходит достаточно целенаправленно и относительно безболезненно.

Анализ состояния и прогнозов развития отдельных отраслей народного хозяйства говорит о том, что возможности изменить характер участия в системе мирохозяйственных связей в ближайшие годы незначительны. Но в среднесрочной перспективе внешнеэкономическую специализацию страны можно было бы диверсифицировать, опираясь на природные фак-

торы, в частности на ее наделенность лесом и пригодной для ведения сельского хозяйства землей. Определенный вклад в обновление экспортной специализации страны могла бы внести и научно-техническая сфера, которая располагает высокими технологиями в оборонных и некоторых других отраслях промышленности и достаточно широкой сетью организаций, ведущих фундаментальные и прикладные исследования. Такая диверсификация могла бы помочь укреплению позиции страны в качестве экспортера и снижению ее импортной зависимости.

Качественное состояние внешней торговли обусловлено главным образом тем, что экономика страны находится на стадии развития конкуренции, базирующейся на факторах производства. В этой связи России жизненно необходимо расширять источники конкурентных преимуществ, включив в их число инвестиции и инновации. Для того чтобы наша страна, сохраняя традиционный экспорт, могла предложить на внешних рынках более широкий спектр готовой продукции, а также рационализировать импорт, требуется модернизировать и диверсифицировать экономику, обновить ее технологический базис, который стремительно устаревает морально и физически. Располагая такими фондами, вряд ли можно выпускать конкурентоспособную продукцию.

*Поступила в редакцию 04.05.2010 г.*

---

---

## ФИКТИВНАЯ И ДЕЙСТВИТЕЛЬНАЯ СТОИМОСТИ КАК БАЛАНС ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ

© 2010 Е.Д. Брус

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: brus@sciex.ru

Определение стоимостных характеристик товара в аспекте действительной и фиктивной стоимостей является главной задачей данной статьи. Также делается попытка исследования механизма образования и взаимодействия этих стоимостей друг с другом, установления роли действительной и фиктивной стоимостей в экономическом процессе и их влияния на рентные отношения.

*Ключевые слова:* рента, фиктивная стоимость, фиктивный капитал, действительная стоимость, действительный капитал, экономический баланс.

В данной статье делается попытка рассмотрения рентных и связанных с ней отношений, выявления механизма ее образования и изменения в более широком общеэкономическом смысле, определения сущности таких понятий, как фиктивная стоимость, фиктивный капитал, действительная стоимость, действительный капитал, установления оценки их роли и взаимосвязи с такими категориями, как стоимость и цена. В последнее время эти вопросы вызывают все больший интерес, некоторые из них остаются неразрешенными и нашли отражение в работах современных экономистов: В.А. Мещерова<sup>1</sup>, А.Н. Трещева<sup>2</sup>, А.А. Исаева<sup>3</sup>.

Рента, в широком смысле этого понятия, представляет собой некий дополнительный доход, присваиваемый собственником того или иного блага в результате того, что благо это не может быть широко распространено в связи с его особыми уникальными свойствами - оно ограничено. Рассматривая общий механизм образования ренты с позиций классической экономики, можно выявить некоторые особенности, указывающие на их непосредственную связь с фиктивным капиталом. Впервые определение фиктивного капитала дал К. Маркс<sup>4</sup>, он сформулировал понятие фиктивного капитала в ходе анализа ссудного капитала как превращенной формы денежного капитала. Появление денежного капитала связано с обособлением капитала собственности от капитала функции. Другим условием возникновения фиктивного капитала стало развитие кредитной системы и финансового посредничества как самостоятельной сферы деятельности, а появление таких квазиденежных инструментов, как акции, облигации, векселя, а также возможность использования механизмов залога и перезалога. У К. Маркса понятие стоимости включает в себя две составляющие - меновую стоимость и потребительную. Такая двойственная структура представления стоимости подчеркивает неоднородный характер стоимости, ее зависимость от ряда причин. Она есть, с одной стороны, отражение какого-то усредненного, затраченного на ее создание труда, с другой - мера ее оцененности рынком. И это две разные природы стоимости каким-то образом должны соединиться в ней, образуя единую стоимость. Кроме того, К. Маркс усмотрел относительный характер стоимости, ее эквивалентность какой-либо другой стоимости, указав на то, что сравнение двух стоимостей возможно лишь с помощью какой-либо третьей стоимости.



В наших рассуждениях мы также попытаемся выделить в стоимости две составляющие для лучшего понимания существа вопроса. Первая - это действительная стоимость, которая по своей природе соответствует меновой стоимости и отражает общественно необходимые затраты труда. Вторую составляющую стоимости (как бы несуществующую) назовем фиктивной. Она близка по своей природе к стоимости потребительной и выражает меру полезности вещи. Соответственно, действительная стоимость образует в экономике действительный капитал, а фиктивная стоимость образует капитал фиктивный. В общем смысле, фиктивным мы будем считать капитал, каким-то образом отстраненный от реального, действительного капитала, создаваемый, в отличие от действительного, не в процессе труда и материальных затрат, а каким-либо другим способом. Фиктивный капитал, в отличие от действительного, основывается не на действительной, созданной в процессе труда стоимости, а на другой, фиктивной, несуществующей. Попробуем более подробно разобраться в процессе образования этой фиктивной стоимости. Будем исходить из того, что рыночная цена любого товара, помимо его действительной стоимости, основанной на трудозатратах, включает в себя и таким образом учитывает некоторые особенные свойства какого-либо товара: уникальность, редкость, особую полезность, ограниченность или, напротив, его чрезмерную распространенность, бесполезность, заменяемость и т.д., в виде некой составляющей цены этого товара, которая по своей природе является нематериальной. Она отражает потребительную стоимость товара, меру его востребованности или, напротив, невостребованности рынком. Нематериальность этой составляющей заключается в ее обособленной от материального производства природе образования. Она создается не трудом непосредственно, а под влиянием других факторов, к которым можно отнести, например: отсутствие или недостоверность информации у покупателя относительно реальной стоимости и полезности товара, отсутствие совершенной конкуренции на тех или иных товарных рынках, появление на рынке новых, более технологичных товаров, невозобновляемость и ограниченность природных и других ресурсов и др. Все эти факторы, формируемые искусственно или естественно, в конечном итоге создают препятствия на пути свободного перетекания капитала из одной сферы деятельности в другую, приводят к ограничениям рыночного спроса или предложения, неминуемо порождая при этом некую фиктивную стоимость, в нашем понимании данного термина. Эта нематериальная составляющая стоимости товара, превышающая или принижающая стоимость товара в сравнении с его действительной стоимостью, и будет выступать фиктивной стоимостью данного товара. Фиктивная стоимость есть разница между потребительной и действительной стоимостью. При этом фиктивная стоимость может принимать как положительные, так и отрицательные значения.

$$\text{Реальная стоимость} = \text{Фиктивная стоимость} + \\ + \text{Действительная стоимость.}$$

Фиктивность данной стоимости заключается в том, что за ней не стоит труд, затраченный на ее создание, однако оценивается она в тех же единицах затрат эквивалентного труда, или в степени полезности, что и любая другая стоимость. Эта своеобразная мера стоимости любого товара связана с самим товаром не напрямую, а опосредованно, через рыночные условия, в которых этот товар может находиться. Рассмотрим несколько

примеров фиктивной стоимости и попытаемся понять причины ее образования. Возьмем, к примеру, любой товар с вполне определенной действительной стоимостью и гипотетически поместим его в различные рыночные условия, связанные с ограничением спроса или предложения. Мы увидим, что данные условия будут влиять на цену товара, и происходить это будет посредством изменения его цены, при том, что его действительная стоимость не претерпевает изменений и остается неизменной. Таким образом, можно условно выделить определенную часть стоимости, отличную от действительной, с другими свойствами, которую мы назовем фиктивной стоимостью. Можно выделить два условия образования фиктивной стоимости. Первое условие - это любого рода ограничения, связанные с невозможностью свободного перемещения капитала, территориальные, административные, правовые и др. К примеру, один и тот же товар может не иметь фиктивной стоимости, если он не может в силу каких-либо ограничений использоваться в коммерческих целях, и обрести ее, если будет снято это ограничение. Существует и такой вид фиктивной стоимости, как обладание определенными эксклюзивными правами на занятие определенным видом экономической деятельности - лицензии, концессии, любые процессы, связанные с государственным регулированием и вмешательством в экономику. Другим примером фиктивной стоимости могут стать природные ресурсы в тот момент, когда они выступают в качестве товара. Наконец, денежная эмиссия, когда деньги начинают выполнять функцию не эквивалента стоимости, а самой стоимости. Вторым условием является механизм обретения самостоятельной функциональной ценности различных свойств товара, таких, например, как права пользования или распоряжения. Очевидно, что возможность пользоваться или распоряжаться предметом, извлекая из процесса пользования или распоряжения дополнительный доход, может привести к появлению дополнительной фиктивной стоимости, не связанной с ее основной реальной стоимостью, уже включающей в себя некую фиктивную составляющую. Эта стоимость существует как бы автономно от основной, образуя стоимость другого порядка. Например, ценная бумага, выпущенная под залог какой либо действительной стоимости, приобретает отдельную от данной стоимости ценность, если она может давать доход, не зависящий от заложенной стоимости, посредством биржевой торговли. Важно различать две фазы, связанные с образованием и переходом такой стоимости в реальную. Первая фаза - это момент возникновения ее ценности как таковой, и вторая - переход ее в стоимость реальную. Фиктивная стоимость способна оплачиваться наравне со стоимостью действительной и стремится быть оплаченной, подобно любому другому товару. Фиктивная стоимость становится реальной в момент ее оплаты, т.е. с того момента, когда выраженная ею ценность становится востребованной рынком. В этот момент она как бы обретает свою потребительную, реальную стоимость. Рынок оплачивает эту, ставшую реальной, стоимость, не делая различий между фиктивной и действительной стоимостью, тем самым подчеркивая единый характер стоимости, ее монистическую природу.

Реальная стоимость - это своего рода рыночный баланс двух стоимостей, действительной и фиктивной. Соотношение данных стоимостей для каждого товара уникально и находится в постоянном процессе изменения. Это своеобразная характеристика любого товара, учитывающая условия и особенности его возникновения и перехода его в реальную стоимость.

Рассмотрим характерные отличия указанных двух стоимостей.

Важной особенностью фиктивной стоимости, в отличие от стоимости действительной, является то обстоятельство, что величина ее может измениться мгновенно, в то время как на создание действительной стоимости нужно определенное время, связанное с процессом ее производства. С некоторой долей предположения можно сказать, что в этой возможности быстрого реагирования на изменяющиеся рыночные условия и состоит основная роль фиктивной стоимости как регулятора рыночного процесса. Без фиктивной стоимости рыночный процесс невозможно представить как таковой. Еще одним отличием фиктивной стоимости от действительной является эффект аккумуляирования (накапливания) стоимости. Если ограничения не могут быть устранены рыночными механизмами, приводящими в действие закон стоимости в условиях, когда спрос или предложение продолжают расти, происходит эффект роста фиктивной стоимости как накопленного неудовлетворенного спроса. Рыночные ограничения в этом случае можно сравнить с плотиной на пути реки (спроса), накапливающей воду как неудовлетворенный спрос.

Вместе с тем нельзя не отметить, что фиктивная стоимость товара выступает его рыночной характеристикой, показывая участникам рынка область приложения экономических интересов, являясь при этом регулятором и индикатором рыночного процесса одновременно. Интерес вызывает вопрос, связанный с соотношением фиктивной и действительной стоимостей, как в отдельном товаре, так и в экономике в целом. Очевидно, что действительная стоимость, являясь базой всего экономического процесса, составляет основу и для фиктивной стоимости. Фиктивная стоимость оплачивается стоимостью действительной и без нее существовать не может. Представляется, что фиктивная стоимость в условиях рынка совершенной конкуренции должна находиться вблизи своего нулевого значения, с отклонениями от него на величину, способную привести в действие рыночные механизмы, выполняющие свою регулируемую роль. Вообще же, говорить о том, какая часть стоимости отдельно взятого товара является фиктивной, а какая действительной, невозможно без сравнения цены этого товара с ценой аналогичного товара, произведенного в других экономических условиях. В этом смысле, фиктивная стоимость есть величина относительная, как относительны и те ограничения спроса или предложения, которыми она вызвана. Рассматривая различные ограничения на уровне государств, территорий, отраслей, сфер, можно увидеть, что в каждом случае величина данных ограничений будет различна. К примеру, фиктивная составляющая какого-либо товара, произведенного в Самаре, окажется выше фиктивной составляющей аналогичного товара, произведенного в Москве, а последняя в свою очередь выше, чем того же товара, произведенного в странах Евросоюза. Если наблюдается перевес в сторону фиктивной стоимости, это показатель того, что в данном сегменте рынка или в экономике в целом есть различного рода ограничения, приводящие к росту этой стоимости. Фиктивная стоимость уравнивает экономические диспропорции, устанавливая в экономике своеобразный баланс экономических интересов, таких, например, как неудовлетворенный спрос, ограниченный ресурс, избыточное предложение. В конечном счете она является показателем эффективности экономической системы. Рассмотрим пример работы двух предприятий, одно из которых работает более эффективно, чем другое. Очевидно, что собственник более

эффективно работающего предприятия при одинаковой цене товара получает некий рентный сверхдоход в сравнении с собственником предприятия, работающим менее эффективно. Сравнивая товары этих двух предприятий, мы видим, что фиктивная, завышенная, стоимость образовалась у менее эффективно работающего предприятия, в то время как получателем этой стоимости в виде ренты становится владелец более эффективно работающего предприятия, более рентабельного. Поскольку сама по себе фиктивная стоимость есть величина относительная, нет смысла рассматривать ее абсолютную величину, но есть смысл рассматривать ее как величину, изменяющуюся относительно своего предыдущего значения. Если представить фиктивную стоимость в виде периодического процесса, то на временном графике соотношение фиктивной и действительной стоимости, в условии рынка совершенной конкуренции, будет выглядеть так (рис. 1):

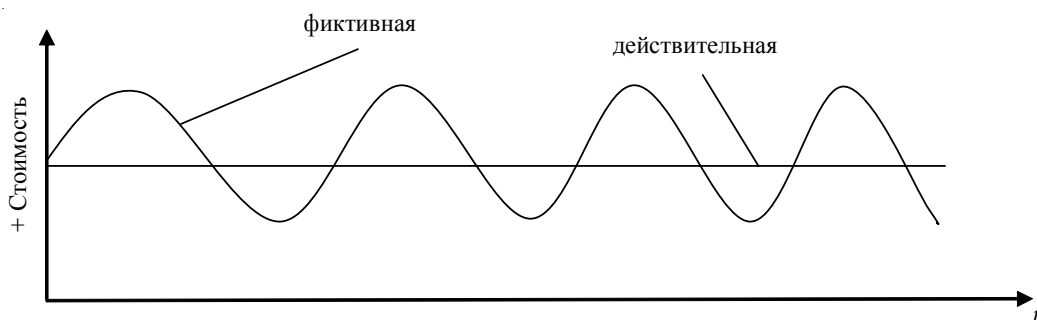


Рис. 1

При условии, что ограничения носят постоянный неустранимый характер (рис. 2):

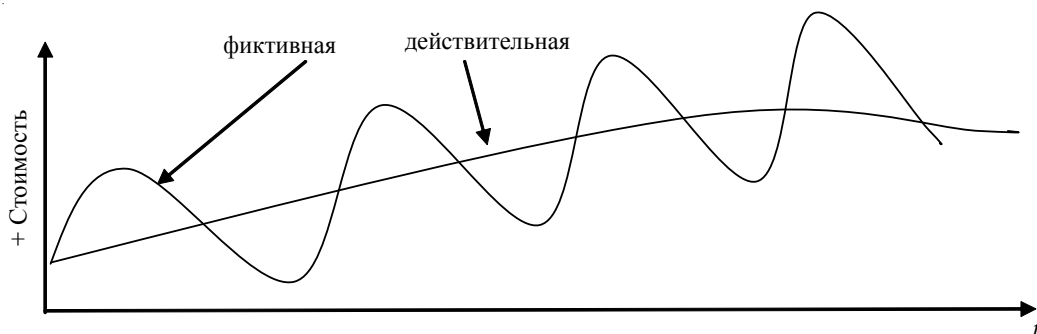


Рис. 2

Фиктивная стоимость является основой формирования фиктивного капитала, который, образуясь и накапливаясь под воздействием вышеуказанных факторов, функционирует в экономике наравне с капиталом действительным.

Рассмотрим далее, как соотносятся между собой фиктивная стоимость и рента. Известно, что рентой считается тот доход, который получает собственник благ, пользующийся своим монопольным положением на рынке, когда предложение других производителей аналогичного товара мало или отсутствует вовсе. По существу, монопольное право это и есть ограничение, созданное и поддерживаемое искусственно для достижения сверхдохода. В отсутствии каких-либо ограничений свободное движение капитала стремилось бы под действием закона стоимости увеличить предложе-

ние товара, сделав невозможным образование сверхприбыли. То же можно сказать об образовании фиктивной стоимости. Таким образом, видно, что природа фиктивной стоимости и природа ренты идентичны. Рента - это и есть фиктивная стоимость, образуемая в экономике и присваиваемая собственником тех или иных благ, выступающих в качестве товара. Другими словами, рента - это та форма дохода, в которой фиктивная стоимость реализуется. С некоторой оговоркой можно сказать, что рентный доход - это присвоение несуществующей, фиктивной стоимости.

Далее определим, как соотносятся такие понятия, как реальная стоимость и цена товара. Цена товара есть не что иное, как его отражение в денежном выражении. Говоря о цене, мы рассматриваем выражение его стоимости в каких-то определенных эталонных стоимостях, например в денежных. Стоимость товара есть его относительная оценка безотносительно к тому, в каких единицах она измеряется.

Так или иначе, но влияние фиктивного капитала на экономику с развитием фондового, валютного да и рыночного пространства как такового в дальнейшем будет только возрастать. Экономика, построенная на ограничениях, экономика неразвитых рыночных отношений на разных стадиях процесса производства порождает фиктивный капитал, сопоставимый по своим объемам с капиталом действительным. Функционируя в экономике наравне с действительным, фиктивный капитал увеличивает количество денег в обращении и, не находя реальных возможностей быть оплаченным реальной стоимостью, порождает негативные процессы в экономике, такие как инфляция, неустойчивость и др. С другой стороны, нельзя не видеть той важной регулирующей роли, которую играет фиктивный капитал в развивающейся рыночной экономике, где он является своеобразным магнитом, притягивающим в экономику дополнительные средства. Нельзя не заметить, что фиктивный капитал служит естественным регулятором рыночных процессов, в том числе глобальных. Кроме того, его роль как искусственного регулятора рыночных процессов крайне важна. Введение искусственных ограничений на свободное перемещение капитала неминуемо приведет к искусственному образованию фиктивной стоимости в определенных сегментах рынка и будет способствовать становлению данных рыночных сегментов, привлекая в экономику дополнительные инвестиции.

---

<sup>1</sup> *Мещеров В.А.* Рента в аспекте анализа действительной и фиктивной стоимости // Экон. науки. 2008. □ 12 (49).

<sup>2</sup> *Трещев А.Н.* Фиктивный капитал: современные формы движения на финансовых рынках. Самара, 2006.

<sup>3</sup> *Исаев А.А.* Теория фиктивного капитала: учеб. пособие. Владивосток, 2001.

<sup>4</sup> *Маркс К.* Капитал (Критика политической экономии). Кн. 3, ч. 1 / под ред. Ф. Энгельса. М., 1978.

*Поступила в редакцию 04.05.2010 г.*

---

---

# СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ТОВАРНОГО РЫНКА В РОССИИ

© 2010 С.В. Чекин

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: checkup87@yandex.ru

В статье предпринята попытка рассмотреть товарную биржу как одну из главных составных частей рыночной экономики. Описана история создания бирж начиная с XIV в. и до наших дней, а также история возникновения товарной биржи в России, современное положение и проблемы развития.

*Ключевые слова:* товарная биржа, возникновение и развитие, история крупных биржевых систем мира, становление в России, роль в экономике страны, взаимосвязь с другими сегментами экономики, проблемы развития.

Роль биржевой торговли в международных экономических связях нельзя недооценивать. В настоящее время товарная биржа является неотъемлемой частью мировой экономики, формирующей оптовый рынок путем организации и регулирования биржевой торговли. В этой связи биржевая деятельность представляет собой самостоятельную форму коммерческой деятельности, ориентированной на получение прибыли и состоящей из целенаправленных видов работ по подготовке и проведению торговли особыми видами товаров по специально установленным правилам.

Накоплен огромный опыт за многие годы успешного функционирования товарных бирж в США, Великобритании, Японии и других странах, очень полезный сегодня и для нашей страны.

Товарные биржи появились значительно раньше фондовых бирж. Первая товарная биржа была основана в Брюгге в 1409 г. Позднее товарные биржи появились во многих городах Европы (Антверпен, Лондон, Лион, Тулуза и др.). Особенно большая роль в становлении биржевого дела принадлежит Амстердамской бирже, появившейся в 1608 г. Она была ведущей в мире на протяжении всего XVII в. Здесь впервые была осуществлена торговля по образцам и пробам, были установлены средние качественные нормы для товаров, введены в оборот акции и началась спекулятивная игра. С 1720 г. на Амстердамской бирже начинают заключаться фьючерсные (срочные) сделки<sup>1</sup>.

В Соединенных Штатах Америки первые биржи появились в начале XIX в., они получили бурное развитие: в тот период их насчитывалось около 500.

По мере развития рыночной экономики, совершенствования транспорта, создания современных средств связи число товарных бирж сокращалось. Одновременно происходил процесс сокращения количества видов товаров, продаваемых и покупаемых на биржах. Если в период расцвета бирж на них обращалось более 200 видов товаров, то в настоящее время - около 60-70.

Первая российская биржа была учреждена Петром I в 1703 г. в Петербурге после посещения им Амстердама. Но введенная принудительно по команде сверху при господстве феодальной системы в промышленности и торговле, биржа практически бездействовала в течение 100 лет. Оживление ее работы наступило лишь с 20-х гг. XIX в., когда в обращение посту-

пили облигации Государственных займов, а с 1827 г. - акций. Впоследствии биржи возникают в Кременчуге - 1834 г., в Москве - 1839 г., в Рыбинске - 1842 г., в Одессе - 1848 г., в Нижнем Новгороде - 1848 г.

Быстрое развитие товарного производства в послереформенный период 60-х гг. XIX в. дало толчок появлению бирж в Казани, Риге, Самаре, Киеве. В 1870-е гг. биржи появляются в Орле, Астрахани, Саратове, Ревеле, Харькове. А в 1880-е гг. - в Либаве, Николаеве, Баку, Ельце, Таганроге. Появление этих бирж было связано в основном с развитием хлебной торговли<sup>2</sup>.

В 1890-е гг. развитие бирж получает дополнительный импульс в связи со строительством железных дорог, элеваторов и т.д., появляются коммерческие банки, развиваются кредитные отношения.

В целом, к началу Первой мировой войны в России насчитывалось 115 бирж. При этом основная часть операций с фондовыми ценностями была сосредоточена на Петербургской бирже. Здесь котировались 312 видов акций на 2 млрд. руб., а также облигации государственных и гарантированных государством займов.

Характерной чертой российских товарных бирж была их достаточно большая независимость от местных властей. Здесь также практически отсутствовала спекуляция. Биржи выступали не только как рынки, но и как организации представительства и защиты интересов торговли и промышленности. В их компетенции находились вопросы поставок для железнодорожного, гужевого и водного транспорта, хлебной торговли, таможенные, налоговые и др. В начале Первой мировой войны официальные биржи были закрыты, но действовали "черные" биржи.

В течение социалистического периода плановой, командно-административной экономики бирж в СССР и России не было, за исключением краткосрочного периода НЭПа.

После Октябрьской революции Декретом СНК от 23 декабря 1917 г. были запрещены сделки с ценными бумагами, а с 21 января 1918 г. - аннулированы все обязательства по облигациям государственных займов царского и Временного правительств.

В период НЭПа биржевая деятельность была возобновлена. Товарные биржи создавались по инициативе местных кооперативных организаций, а затем преобразовывались в общественные организации, которые ассоциировались с государственными предприятиями и смешанными обществами. С 1923 г. стали образовываться фондовые биржи для осуществления операций с иностранной валютой, государственными ценными бумагами, акциями и паями акционерных и других обществ.

В ходе развития первых советских товарных бирж все большее значение приобретает контрольно-учетная функция. Это стало вспомогательным аппаратом в деле государственного регулирования рыночных отношений. Через механизм бирж органы государства получили возможность вырабатывать лимиты, вскрывать факты отступления от них, выявлять причины таких отступлений и вырабатывать меры по устранению нежелательных для государства явлений.

Биржевая статистика позволяла контролировать различные ведомства, состояние дел в отдельных отраслях, в торговле в целом и даже отдельных предприятий. В биржевой статистике в основном отражался торговый оборот страны. Благодаря этому государственные органы управления имели представление о товарных запасах у основных контрагентов, об изменении цен

на основе складывающейся рыночной конъюнктуры, о направлениях потоков товаров, о потенциальных и действующих участниках биржевых сделок.

Переход России к рыночной экономике потребовал не только изменения существующего рынка, но и создания новых рынков, не присущих системе плановой экономики. Это привело к изменению традиционных и образованию новых форм торговли, послужило объективной основой возрождения в России биржевой торговли и бирж - товарных, фондовых, валютных. Возрождение биржевой торговли в современной России началось в июле 1990 г., когда была зарегистрирована Московская товарная биржа (МТБ). Начавшаяся в стране экономическая реформа, ломка старого экономического механизма привели к разрыву традиционных систем снабжения и сбыта для многих российских предприятий, и биржа в тот период стала многим казаться спасительным выходом из сложной ситуации. В результате в 1990-1991 гг. в России имел место “биржевой бум”, в ходе которого было создано более 800 бирж, т.е. больше, чем во всех остальных странах мира, вместе взятых. В одной только Москве на тот период насчитывалось более 20 товарных бирж. Создавались они по инициативе предприятий, а также местных органов власти как альтернатива прошлой системе централизованного снабжения. Учредители этих бирж стремились с максимальной выгодой для себя использовать преимущества биржевой торговли, поэтому все биржи того периода, в отличие от зарубежных, регистрировались как коммерческие организации.

Конечно, это было неестественно, далеко не все из них реально работали, и, с точки зрения общепринятых стандартов, название “биржа” обоснованно можно было применить только к некоторым из них. Остальные же представляли собой обычных рыночных посредников. Поэтому первая волна биржевых торгов на товарном рынке в 1990-е гг., достаточно быстро схлынув, фактически ничего не оставила после себя. Возникшие в начале 90-х гг. биржи проводили операции, главным образом, с реальными товарами, при этом основную долю занимали спотовые сделки. Однако правовая база, созданная законом “О товарных биржах и биржевой торговле”, позволяла вводить в практику новые виды операций (опционные, форвардные, фьючерсные и другие сделки в отношении биржевого товара, контрактов или прав), установленные в правилах биржевой торговли. Последний пункт, кроме того, позволял “изобретать” новые виды операций, соответствующих российской экономической ситуации того времени.

Сделки на наличный товар с немедленной поставкой были самым распространенным видом операций в первые годы биржевой деятельности. В отличие от подобных сделок, существовавших в далеком прошлом за рубежом, продавцу не требовалось представлять товар на биржевой склад, а покупателю чаще всего самому приходилось осуществлять перевозку купленного товара со склада продавца. Учитывая высокую инфляцию и сложность финансового положения многих российских предприятий, продавцы обычно требовали предоплату контракта.

Спецификой российских бирж стали бартерные сделки, получившие особое распространение в 1991-1992 гг. Причиной их распространения стал острый товарный дефицит по многим позициям. Эти сделки были чрезвычайно выгодны для биржевых брокеров, поскольку клиенты оговаривали не ценовые лимиты для покупки и продажи товаров, а только количественные пропорции обмена. При удачном стечении обстоятельств брокер мог получить на такой сделке сотни процентов прибыли.



Близкой по сути к бартерной была и “делка с условием”, распространенная на многих биржах. Она отличалась от бартерной тем, что заключалась в торговом зале с участием брокера и проходила в два этапа (продажа и покупка).

В условиях высокой инфляции и нестабильности положения продавцов и покупателей нередко были случаи неисполнения обязательств участниками биржевой торговли. Ответом на такую ситуацию стали сделки с залогом. Это сделка, при которой один контрагент выплачивает другому контрагенту в момент ее заключения сумму, определенную договором между ними, в качестве гарантии выполнения обязательства. Плательщиком залога в сделке с залогом на продажу является продавец. Она предназначалась для исключения торговли несуществующим товаром, когда продавец с целью получения прибыли продавал “воздух” и требовал 100% предоплаты. Сделка с залогом на покупку - это сделка, в которой плательщиком залога являлся покупатель. Она служила страховой гарантией платежеспособности покупателя.

Получили распространение на российских биржах и форвардные сделки. Объективно они были более привлекательными для участников рынка, так как позволяли повысить степень прогнозируемых операций, но их фактическое исполнение часто тормозилось не по вине самих участников. Поскольку в форвардных сделках обязательство фиксируется в один момент времени, а исполняется спустя определенный срок, в дело часто вмешивались форс-мажорные ситуации, вызванные либо кризисными явлениями в отрасли, либо деятельностью органов власти. Так, нередко были случаи, когда местные органы власти запрещали своим производителям вывозить в другие регионы России определенные виды продукции, что препятствовало исполнению ими своих форвардных обязательств перед покупателями.

Все рынки взаимосвязаны и получают необходимую для своей работы информацию на смежных рынках. Деление финансовых рынков на четыре сектора является ключевым в межрыночных исследованиях. Игнорирование взаимосвязей между секторами валюты, товаров, облигаций и акций лишает аналитика важнейшей рыночной информации.

Анализ одного рынка часто не способен разрешить все сомнения аналитика. Товарным рынкам традиционно уделяется самое пристальное внимание. Это объясняется тем, что связь между товарным рынком и рынком казначейских облигаций - важнейшее из межрыночных отношений. Считается, что казначейские облигации показывают, в каком направлении изменяются процентные ставки, а это в свою очередь определяет цены на акции. Товарные цены отражают уровень инфляции, которая влияет на стоимость облигаций и процентные ставки. Это своего рода ось, вокруг которой выстраиваются все остальные связи. Именно обратная зависимость между товарными рынками и ценами на казначейские облигации является связующим звеном между товарными рынками и финансовым сектором.

Наличие сильной связи между товарным сектором и сектором облигаций позволяет говорить о взаимозависимости товарных рынков и рынка акций, поскольку цены на облигации оказывают на последний существенное влияние. Курс национальной валюты также влияет на цены облигаций и акций, однако это влияние осуществляется не прямо, а через товарный сектор. Движение курса национальной валюты оказывает воздействие на стоимость товаров. Цены на товары влияют на облигации, а те, в свою очередь, влияют на акции. Таким образом, связь между товарными

рынками и рынком облигаций - это ключевая межрыночная связь, объединяющая воедино все четыре сектора.

Движение товарных цен и процентных ставок в одном направлении можно объяснить и сугубо экономическими факторами. Для поддержания экономического подъема требуется все больше сырья и денег. Это вызывает рост цен на товары и повышает цену самих денег (процентные ставки). С ростом цен на товары усиливаются инфляционные ожидания, что вынуждает органы, осуществляющие денежно-кредитную политику, повышать процентные ставки для обуздания инфляции. В конце концов повышение процентных ставок неизбежно приводит к замедлению экономического подъема, а затем и к спаду. Во время спада снижается потребность в сырье и деньгах, а это вызывает падение цен на товары и снижение процентных ставок. Из сказанного выше следует, что динамика рынков товаров и облигаций может дать весьма полезные сведения о перспективах развития экономики<sup>3</sup>.

В настоящее время организованный товарный рынок уже созрел для осознания необходимости четкой государственной политики в отношении его дальнейшего развития. Сейчас государство более или менее ясно обозначило лишь один аспект - необходимость осуществления торгов товарами на территории и в валюте Российской Федерации. Однако остаются непонятными многие другие моменты: например, каким образом должно строиться ценообразование на рынке - цены должны стремиться к мировым, европейским, делиться на внутренние и экспортные либо формироваться только для внутреннего рынка? Рынок показал свою жизнеспособность, однако для его успешного дальнейшего развития необходима четкая государственная программа<sup>4</sup>.

Регулирование рынка в первую очередь должно быть прозрачным и полноценным. На рынке должен быть единый регулятор, который будет нести ответственность за весь рынок в целом, а не за отдельно взятые его элементы, такие как биржевая торговля, ценообразование, срочный товарный рынок, спот-рынок. Как на фондовом рынке ФСФР регулирует весь рынок ценных бумаг (и ход торгов, и биржи, и участников торгов, и инфраструктурные организации), так и на биржевом товарном рынке необходим аналогичный орган, отвечающий за комплексное регулирование биржевого товарного рынка и наделенный максимальными полномочиями в отношении контроля, регулирования и нормотворчества для всех участников биржевого товарного рынка и механизма его функционирования. При выполнении всего вышеперечисленного работа этому регулятору предстоит немалая, поскольку правовое обеспечение биржевого товарного рынка значительно устарело, а отсутствие четкой и понятной нормативно-правовой базы может привести к тому, что все положительные сдвиги, происшедшие на рынке за последние годы, могут быть просто сведены на нет.

У ФСФР достаточно полномочий для регулирования финансового рынка, в то время как товарный рынок имеет свою специфику и инструментарий, значительно отличающиеся от привычных для ФСФР особенностей фондового рынка. Если ценная бумага существует столько, сколько существует предприятие, либо четко определенный срок, если это долговой инструмент, то товар как инструмент намного более специфичен. Товар выпускается, проходит стадии продажи и перепродажи (в лучшем случае несколько операций) и затем поступает в потребление (переработку) или производство. Ресурса одного ФСФР, как функционального, так и нормативного, для регулирования биржевого товарного рынка явно не достаточно. Вероятно, необходимо создание коллегиального регулирующего органа, куда бы вошли представители всех

смежных министерств и ведомств, таких как Министерство экономического развития, Министерство промышленности и торговли и Федеральная антимонопольная служба. Одной из особенностей товарного рынка является то, что практически каждый биржевой товар имеет за собой отраслевое министерство, и привлечение представителей этих министерств к работе над регулированием рынка, определением стратегии и основных направлений его развития, как мне кажется, необходимо. Информация об изменениях на биржевом товарном рынке обязательно должна доводиться регулирующим органом до отраслевых министерств, чтобы максимально быстро принимались решения, способные изменить ситуацию, складывающуюся в зависимости от конъюнктуры рынка: что-то запрещать либо разрешать, вводить либо отменять пошлины или акцизы, изменять их размеры.

Первоочередной шаг, который необходимо предпринять существующему регулятору рынка в лице ФСФР, - это создать рабочую группу по рынку, в которую бы вошли представители всех категорий участников товарного рынка, а также заинтересованных министерств и ведомств. Результатами работы данного органа должно стать качественное изменение действующего на товарном рынке законодательства на основании определения текущих и перспективных потребностей рынка, его участников и государства. В настоящее время уже назрела острая необходимость реформирования законодательства относительно как самих торгов, так и лицензирования участников товарного рынка, ценообразования и контроля за ценами на рынке. Также одним из наиболее важных изменений должно стать определение функционала регулятора рынка, чтобы права его были полноценными. Регулятор должен иметь полномочия по контролю в отношении не только биржи, на которой осуществляются торги теми или иными товарами, но и всех остальных сегментов и участников рынка. Только тогда на рынке появятся прозрачные и понятные (в том числе и для нерезидентов) правила игры. Все это будет способствовать приходу на рынок зарубежных партнеров и игроков, которые будут торговать товарами как собственного производства, так и отечественных производителей на российских биржевых площадках и за рубли. Существующая практика доказала, что российский рынок уже обладает достаточным потенциалом, чтобы развернуть торговлю экономически значимыми товарами на своих биржевых площадках, по российским правилам, в нашем финансовом пространстве. Помимо этого, требуется и создание условий, прежде всего доработка соответствующего законодательства для выхода на биржевые торги госзаказчиков. Использование биржевых механизмов при проведении государственных закупок может не только повысить экономическую эффективность от их использования, но и придать дополнительный импульс развитию торгов теми или иными товарами<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб. для вузов / Л.Е. Стровский [и др.]. М., 2004.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Рыжков А. Межрыночный анализ российских рынков. 2 марта 2009 г. URL: <http://www.investor.ru>.

<sup>4</sup> Рыжков А. Проблемы справедливого ценообразования на российских товарных биржах. 2 марта 2009 г. URL: <http://www.investor.ru>.

<sup>5</sup> Рыжков А. Регулирование товарного рынка: интервью журналу "Рынок ценных бумаг". 2008 // РЦБ. 2010. □ 4. Апрель (397).

---

---

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КЛИЕНТСКОГО КАПИТАЛА

© 2010 А.И. Ишмуратов

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: Inmine@mail.ru

В статье анализируется экономическая сущность клиентского капитала и дается строгое определение этой категории, делается теоретическое обоснование существования клиентского капитала. Рассматривается его взаимосвязь с такими экономическими категориями, как собственность, стоимость, цена, конкуренция, институт, активы и факторы производства. Уделяется внимание проблеме институционализации клиентского капитала, в частности, предлагается новое решение проблемы объекта отношений собственности на репутацию. Анализируется проявление клиентского капитала в условиях конкурентной среды.

*Ключевые слова:* капитал, экзокапитал, дополнительная прибыль, клиентский капитал, приверженность, авансированная стоимость, бренд, репутация, собственность, институционализация, факторы производства, нематериальные активы, МСФО 38, инвестиции, конкуренция.

Теоретическое исследование клиентского капитала создает надежный фундамент для исследований, нацеленных на практическое применение. Научная стройность теории клиентского капитала позволяет избежать неясностей и споров по отдельным вопросам основанных на ней практических рекомендаций. Причиной противоречивости существующих подходов к изучению клиентского капитала является отсутствие общей научной методологии исследования этой категории, поскольку большинство исследователей прибегают к частным методам маркетинга, менеджмента, бухгалтерского учета и других видов деятельности.

Для создания общей методологии исследования клиентского капитала требуется строгое определение, четкая дефиниция и твердое доказательство существования данной категории, а также установление ее взаимосвязей с другими категориями экономической науки.

Следует определить клиентский капитал как авансированную в приверженность потребителей стоимость, позволяющую получать дополнительную прибыль. Данное определение состоит из трех частей, каждая из которых является необходимой дефиницией. Это определение полностью согласуется с экономической сущностью капитала как авансированной стоимости, приносящей дополнительную прибыль.

Естественно, что клиентский капитал должен генерировать дополнительную прибыль. Если нет прибыли, то нет и клиентского капитала. Совершенно очевидно, что если репутация или бренд не позволяют получать дополнительную прибыль, они не стоят ничего. Каким образом предприятие, имеющее узнаваемый бренд и превосходную репутацию, может получать дополнительную прибыль?

Во-первых, оно может назначить более высокие цены на свою продукцию, чем его менее известные конкуренты, и получать более высокую прибыль за счет более высокой маржи. Такая ситуация характерна для рынка производственных товаров.

Во-вторых, предприятие может предложить тот же уровень цен, что и конкуренты, однако при равных ценах приверженные покупатели будут считать товар известной марки более выгодным приобретением, чем товар конкурентов. Таким образом предприятие может увеличить свою прибыль за счет большего объема продаж (такая ситуация наблюдается на большинстве потребительских рынков, но особенно ярко проявляется в FMCG).

В-третьих, случай, когда известность и репутация являются необходимым условием для продаж на том или ином рынке, рентабельность продаж на котором выше, чем на остальных, иными словами, не имея репутации, невозможно продавать вообще. Хорошим примером может послужить рынок сложных медицинских услуг. Или сложных дизайнерских услуг. Вряд ли кто-то поручит неизвестной компании дизайн автомобиля, на запуск производства которого потрачено миллиард долларов. Также на многих потребительских рынках невозможно продавать без репутации, например, многие компьютерные комплектующие фактически выпускаются неизвестными китайскими компаниями по заказам известных американских или японских и продаются под их марками. Этот феномен также объясняет экономические корни явления контрафактной продукции.

Кроме того, определение включает в себя приверженность потребителей. Важность этого момента заключается в том, что составные части клиентского капитала входят в его стоимость исключительно стоимостью приверженности потребителей, которую они обеспечивают, а не своей материальной составляющей<sup>1</sup>. Например, если предприятие просто разместило вывеску, то стоимость вывески, безусловно, относится к материальному капиталу (т.е. к эндокапиталу). А если во внешней среде существует приверженность потребителей, позволяющая получать дополнительный доход, то ее стоимость будет относиться к клиентскому капиталу (т.е. к экзокапиталу).

Другим важным моментом определения является то, что капитал - это стоимость, иными словами, денежный эквивалент. Совершенно очевидно, что речь идет именно о денежной категории; если мы абстрагируемся от денежной оценки, то для экономического расчета описание брендов и репутации будет бесполезным. Более того, капитал - это не просто стоимость, а авансированная стоимость. Понятно, что репутация и узнаваемость не появляются на пустом месте и требуются затраты ресурсов (как денежных, так и других) для их создания. Пока предприятие создает приверженность потребителей, оно вынуждено идти на затраты<sup>2</sup>. Предприятие тратит деньги на поддержку репутации, рекламу и прочие подобные направления в надежде улучшить приверженность потребителей, чтобы в дальнейшем получить дополнительную прибыль, т.е. происходит выбор в пользу будущих благ по отношению к нынешним (затраченным ресурсам).

В экономических отношениях капитал проявляет себя как фактор производства. Поскольку клиентский капитал позволяет получать дополнительную прибыль и имеет свой вклад в ценность конечного продукта, он, несомненно, относится к факторам производства и может быть соответственно оценен. Рыночная цена составных частей клиентского капитала отражает ценность, приписываемую людьми тому вкладу, который они могут внести в прибыль. Дополнительная прибыль, приносимая клиентским капиталом, - единственная причина, по которой его составные части имеют рыночную стоимость.

В отдельно взятый момент времени капитал проявляется в виде суммы стоимостей активов предприятия. В этом смысле величина клиентского капитала в тот или иной момент времени выступает суммой стоимостей соответствующих активов: торговых марок, репутации и т.п. Увеличение стоимости этих активов означало бы увеличение клиентского капитала, а уменьшение - проедание. Например, если предприятие тратит денежные средства на рекламу, это, соответственно, вызывает увеличение клиентского капитала. Если же, к примеру, предприятие несправедливо обходится с клиентом ради того, чтобы не тратить небольшую сумму денег, оно теряет в репутации.

Применение методов бухгалтерского учета позволило бы учитывать величину клиентского капитала, соответствующего дохода или проедания капитала, установить влияние тех или иных действий на величины клиентского капитала. Однако в большинстве случаев торговая марка учитывается по первоначальной стоимости, а репутация учитывается только при купле-продаже компаний, и затраты на рекламу, как и уступки потребителям, учитываются как издержки, хотя их экономическая природа явно ближе к инвестициям (в клиентский капитал). И их учет как инвестиций, т.е. когда учитывается соответствующее изменение клиентского капитала, позволил бы принимать решения более обоснованно и эффективно. МСФО 38 теоретически дает возможность вести адекватный учет элементов клиентского капитала, однако несовершенство стандарта, во многом обусловленное слабой теоретической базой, делает эту задачу трудновыполнимой<sup>3</sup>. Есть ряд косвенных причин, по которым в бухгалтерском учете недостаточно внимания уделяется составным частям клиентского капитала:

- низкая ликвидность этих активов.

Если на материальные активы легко найти покупателя, то торговую марку создать гораздо сложнее. Несмотря на то, что торговая марка может быть даже предметом залога, тем не менее до появления "рынка" брендов еще далеко. Учитывая конкретные цели бухгалтерского и управленческого учета, можно отметить, что это создает ряд проблем;

- несовершенство методов оценки.

Вести речь о цене можно только при сделке. В остальное время мы можем говорить только об оценке. И данные баланса - это всегда оценка стоимости. Несоввершенство методов оценки создает много сложностей;

- недружественное налогообложение.

Величина активов и размер затрат влияют на базу налогообложения по разным налогам, что создает специфичные проблемы при учете активов и затрат, относящихся к клиентскому капиталу;

- сложная связь между увеличением инвестицией и приростом капитала.

Результаты инвестиций в узнаваемость и репутацию сильно зависят от труднопрогнозируемых действий клиентов и конкурентов, что осложняет оценку их влияния на изменение стоимости брендов и репутации.

Однако ключевой проблемой является институционализация клиентского капитала, которая заключается в учреждении права собственности на его элементы<sup>4</sup>. Поскольку клиентский капитал представляет собой авансированную стоимость приверженности потребителей, а приверженность существует во внешней среде предприятия, встает вопрос, а что же является в таком случае объектом отношений собственности? Чем именно

владеет, пользуется и распоряжается предприятие, что является своего рода “носителем” приверженности потребителей?

Если говорить о бренде, то объектом отношений собственности выступает торговая марка. Однако в случае с репутацией ситуация обстоит сложнее.

Ряд авторов считают<sup>5</sup>, что “носителем” репутации является само предприятие (на этом подходе основан и МСФО 38). Однако в таком случае встает вопрос, а что понимается под предприятием? Название? Идентификационный номер? Адрес? А если все вместе, то где же заканчиваются составляющие репутации? Данная путаница возникает из-за того, что репутация рассматривается как единое целое, в то время как нет никакой общей репутации, репутация может существовать только в той или иной контактной группе. Репутация среди поставщиков, среди инвесторов или среди клиентов - не одно и то же. Более того, она может различаться на разных рынках. К клиентскому капиталу относится только репутация среди клиентов.

Таким образом, проблема “носителя” репутации среди потребителей имеет очевидное решение. Им является та часть предприятия, которой оно воспринимается потребителями как партнер по сделке. В публицистике для обозначения этого понятия иногда используется термин “доходная часть бизнеса”. Разумеется, на разных рынках будет различная специфика. На одних рынках потребители видят только бренд, на других рынках получают гораздо более глубокие сведения о предприятии. Если потребители воспринимают название юридического лица, значит, оно будет носителем репутации. Если потребители воспринимают предприятие как его местоположение (может быть характерно для магазинов), соответственно, оно будет носителем репутации. Если клиенты воспринимают предприятие как отдел сбыта, работающий с ними, соответственно, он может быть носителем репутации. Как название, так и отдел сбыта могут быть в той или иной юридической форме проданы и куплены. Соответственно, все, что воспринимается клиентами в том или ином случае как партнер по сделке, может быть объектом отношений собственности на репутацию.

Данный подход позволяет не только решить проблему собственности на клиентский капитал (экзокапитал), но и четко отделить клиентский капитал от человеческого или структурного. Кроме того, руководствуясь данным подходом, можно оценить клиентский капитал предприятия отдельно для каждого рынка (т.е. для каждой контактной группы), на котором оно осуществляет деятельность.

Безусловно, процесс институционализации клиентского капитала еще находится на ранней стадии. Тем не менее, вызовы времени требуют внесения изменений в законодательство и стандарты бухгалтерского учета, для придания соответствующей юридической формы отношениям собственности на клиентский капитал. Однако процесс институционализации требует много времени: изменение нормативных актов лишь начальная стадия, ведь вслед за ней должно начаться массовое применение новых норм участниками экономических отношений, а для этого они должны воспринимать клиентский капитал как реальный актив, которым они могут владеть, пользоваться и распоряжаться, который они захотят использовать в качестве объекта сделок. А возникновение соответствующего регулярного рынка снимет, в свою очередь, значительную часть

проблем с учетом и оценкой. Впрочем, несмотря на то, что бренды и репутация еще далеко не всегда учитываются в балансе, так или иначе, когда предприятие продается или покупается, за них платится соответствующая цена.

Функция клиентского капитала современной фирмы заключается в формировании устойчивых конкурентных преимуществ<sup>6</sup>, поскольку дополнительная прибыль, генерируемая клиентским капиталом, является следствием устойчивых конкурентных преимуществ, лежащих в его основе. Таким образом, полезно рассмотреть взаимосвязь категории клиентского капитала с категорией конкуренции.

Длительное время категория клиентского капитала ускользала от внимания исследований из-за использования неоклассических моделей конкуренции. А сама природа клиентского капитала противоречит исходным допущениям этих моделей.

В основе моделей совершенной конкуренции и монополистической конкуренции лежит заведомо нереальное допущение того, что агенты располагают полной информацией. Понятно, что в таких условиях не может быть никакой приверженности, основанной на репутации или узнаваемости. Репутация и узнаваемость вообще являются феноменами неполного знания, а значит, не может быть и клиентского капитала. В реальности же рынок наполнен агентами, располагающими более или менее ограниченной информацией, и только принимая во внимание этот факт, можно говорить о клиентском капитале. Поэтому использовать данные модели при изучении клиентского капитала невозможно. Изучая клиентский капитал, нам нужно брать в основу теоретическую методологию, рассматривающую конкуренцию в реальных условиях.

Строго говоря, роль, которую играет репутация и узнаваемость на рынке, нисколько не препятствуют конкуренции. Каждый может как приобрести репутацию и узнаваемый бренд, так и потерять их. С точки зрения предпринимателя, клиентский капитал является лишь одним из направлений инвестиций, и он будет инвестировать в бренды и репутацию, если оценивает отдачу от этих инвестиций выше, чем от других направлений.

Как известно, монополизация отдельных факторов производства при условии благоприятной конфигурации спроса может привести к установлению монопольных цен. В этом смысле бренд или уникальная репутация могут стать таким фактором (похожим примером является рынок некоторых элитных алкогольных напитков).

Итак, четко определив понятие клиентского капитала и установив взаимосвязь с основными экономическими категориями (прибыль, потребитель, стоимость, цена, институт, факторы производства, конкуренция), мы решаем общие теоретические проблемы относительно категории клиентского капитала, которые служили препятствием для конкретных исследований и практических разработок. В условиях возрастания роли клиентского капитала в экономическом развитии применение соответствующих методов открывает путь к повышению эффективности деятельности предприятий. Крупнейшие компании так или иначе уделяют внимание своему клиентскому капиталу, и единство методологии позволит значительно расширить использование методов управления клиентским капиталом не только среди крупных компаний, но и среди небольших организаций, ведь зачастую многие компании уступают в конкурентной борьбе



именно из-за того, что потребители предпочитают более известные компании с лучшей репутацией. В повседневной практике непонимание роли клиентского капитала является ключевой причиной неправильного построения отношений с потребителями, которое встречается даже в сфере услуг (в ней этот момент особенно важен).

---

<sup>1</sup> *Ишмуратов А.И.* Основные методы оценки клиентского капитала // *Вестн. молодых ученых Самар. гос. экон. ун-та.* 2009. □ 1 (19).

<sup>2</sup> *Мизес Л. фон.* Человеческая деятельность: трактат по экономической теории / пер. с 3-го испр. англ. изд. А. В. Куряева. Челябинск, 2005.

<sup>3</sup> *Тютюнникова Е.* Учет нематериальных активов в соответствии с МСФО // *Фин. директор.* 2005. □ 12.

<sup>4</sup> *Скворцов А.О.* Институциональные основы формирования интеллектуального капитала : дис. ... канд. экон. наук. М., 2010.

<sup>5</sup> *Макаренко М.В., Малова И.И.* Организационные и экономические проблемы использования нематериальных активов во внутрифирменном планировании // *Тр. СГА.* 2009. □ 6.

<sup>6</sup> *Ишмуратов А.И.* Формирование клиентского капитала организации // *Вестн. Самар. фин.-экон. ин-та.* 2009. □ 1.

*Поступила в редакцию 05.05.2010 г.*

---

---

# ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТИТУТА ТАМОЖЕННОГО ТАРИФА В ЦЕЛЯХ ЗАЩИТЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ РОССИИ

© 2010 Т.А. Шеняева

ведущий специалист Отдела сопровождения кредитного портфеля  
ОАО АКБ “РОСБАНК”

E-mail: shenyaevamail@rambler.ru

В статье рассмотрены вопросы практики применения таможенно-тарифного регулирования в отношении импортных и экспортных операций. Отмечается роль регулирования внешнеэкономической деятельности как фактора, способствующего инновационному развитию и привлечению инвестиций в отечественную экономику на основе анализа проводимых Правительством России программ. Предложен ряд направлений совершенствования данной сферы государственного регулирования экономики.

*Ключевые слова:* таможенный тариф, экспорт, импорт, внешнеэкономическая деятельность.

Правительство РФ одобрило проект программы развития конкуренции в России на 2009-2012 гг. касающийся и вопросов таможенной политики, поскольку институт таможенного тарифа является весьма действенным инструментом влияния на состояние конкурентной среды. Механизм изменения количества, временных границ действия и динамики размеров пошлин может применяться в целях усиления или ослабления их регулирующего и фискального воздействия на экономику. Кроме того, внешнеэкономическое регулирование предполагает взаимодействие между тарифными мерами и другими инструментами государственного воздействия на экономику: ценами, налогами, валютным курсом, оплатой труда и др.

Закон РФ от 21 мая 1993 г. № 5003-1 “О таможенном тарифе” устанавливает порядок формирования и применения таможенного тарифа России - инструмента торговой политики и государственного регулирования внутреннего рынка товаров при его взаимосвязи с мировым рынком, а также правила обложения товаров пошлинами при их перемещении через таможенную границу РФ в соответствии с “кодировкой” товара по Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности.

Основными целями таможенного тарифа являются: рационализация товарной структуры импорта; поддержание рационального соотношения вывоза и ввоза товаров, валютных доходов и расходов; создание условий для прогрессивных изменений в структуре производства и потребления товаров в России; защита экономики от неблагоприятного воздействия иностранной конкуренции; обеспечение условий для эффективной интеграции Российской Федерации в мировую экономику.

Институт таможенного тарифа исторически стал первой формой государственного регулирования внешней торговли. Доля таможенных пошлин в общем объеме поступлений в государственный бюджет может значительно различаться в зависимости от конкретной страны. В США и промышленно развитых странах Европы она колеблется от 1 до 5%. В

России же таможенная пошлина остается одним из наиболее “доходных” налогов, составляя от четверти до трети всех налоговых поступлений в доходную часть федерального бюджета, оставаясь эффективным инструментом протекционистской политики.

Теоретические аспекты тарифного регулирования вытекают из законов и характера социально-экономического развития общества, теории внешней торговли, национальных интересов, особенностей хозяйственных механизмов, места, роли и характера внешнеторговых связей. Так, экономические выгоды могут быть получены только в случае усиления позиции страны в производстве и торговле продукцией обрабатывающей промышленности, и, прежде всего, высокотехнологичных отраслей. Это предполагает в первую очередь концентрацию интеллектуальных ресурсов стран на создании высокотехнологичных видов продукции при одновременном усилении кооперации и специализации в ее производстве, что должно осуществляться при поддержке соответствующей политики таможенно-тарифного регулирования.

Однако в условиях углубления интеграции ЕврАзЭС очевидно, что Таможенный союз позиционируется на внешнем рынке как импортер продуктов животного происхождения, машин и оборудования и поставщик топливно-сырьевых товаров, поскольку ставки таможенных пошлин на ввоз продовольствия и на большинство видов продукции машиностроения (относительно затрат на их производство в России - рост внутренних цен обгоняет рост мировых цен) занижены. Сыграли роль и симптомы кризиса: отток иностранных кредитов и спекулятивного капитала, падение экспорта и ухудшение торгового баланса, увеличение инфляции и угроза макроэкономической дестабилизации. Во избежание дальнейшего скатывания стран - участниц ЕврАзЭС в яму сырьевой специализации и ориентации на импорт готовых изделий необходимо восстановить емкий внутренний рынок, кардинально модернизировать сохранившиеся заделы производства, а также повысить конкурентоспособность экономики на новой технологической основе.

Следует принимать во внимание, что введение протекционистских мер для защиты внутреннего рынка (специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных) может существенно ограничивать импорт, что в условиях высокой концентрации отечественного производства может привести к искажению условий конкуренции на соответствующих товарных рынках. Такие меры должны приниматься в целях повышения глобальной конкурентоспособности российских предприятий и с учетом последствий для конкуренции внутри страны. Мониторинг товарных рынков, в отношении которых принимались меры торговой защиты, позволит анализировать их эффективность и предотвратить возможные злоупотребления со стороны защищаемых товаропроизводителей, положение которых на рынке упрочилось.

Так, в целях соблюдения общенациональных интересов и интересов участников экономической деятельности принят ряд программ и мер по восстановлению экономической системы и ее модернизации.

Рассмотрим меры таможенной политики в отношении импортных операций.

Так, в целях совершенствования технологического процесса и инновационного развития, при осуществлении торговой политики России допускается предоставление тарифных льгот в отношении оборудования,

комплектующих и запасных частей: вывозимых в составе комплектных поставок для сооружения объектов инвестиционного сотрудничества за рубежом; ввозимых на таможенную территорию Российской Федерации в качестве вклада в уставные фонды и относящихся к основным производственным фондам предприятий с иностранными инвестициями и иностранных предприятий, а также аналогов, не производящихся в РФ (согласно специальному перечню).

Перечень оборудования, не облагаемого НДС и не имеющего аналогов в России, включает различные виды оборудования для авиационной, энергетической, строительной, целлюлозно-бумажной, медицинской, химической, пищевой, текстильной и других сфер деятельности. Данный перечень значительно расширен по сравнению с предыдущим касательно легкой промышленности, но исключает позиции, содержащие изделия из черного металла; железнодорожные локомотивы, вагоны трамвая, путевое оборудование и др.; аппараты фотографические, кинематографические, оптические, измерительные, медицинские; частично - реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства, электрические машины и оборудование; звукозаписывающую и звуковоспроизводящую аппаратуру, аппаратуру для записи и воспроизведения телевизионного изображения и звука.

Также льготы по уплате таможенных платежей и НДС предоставляются иностранным инвесторам и коммерческим организациям с иностранными инвестициями при осуществлении ими приоритетного инвестиционного проекта.

Применение указанных мер предполагает повышение степени обработки экспортируемой продукции - действие принципа тарифной эскалации и импортозамещения. Эффективная реализация данной меры позволит рационализировать производственные процессы и использование трудовых ресурсов, а в перспективе даст возможность выйти с конкурентоспособной высокотехнологичной продукцией на мировой рынок готовой продукции.

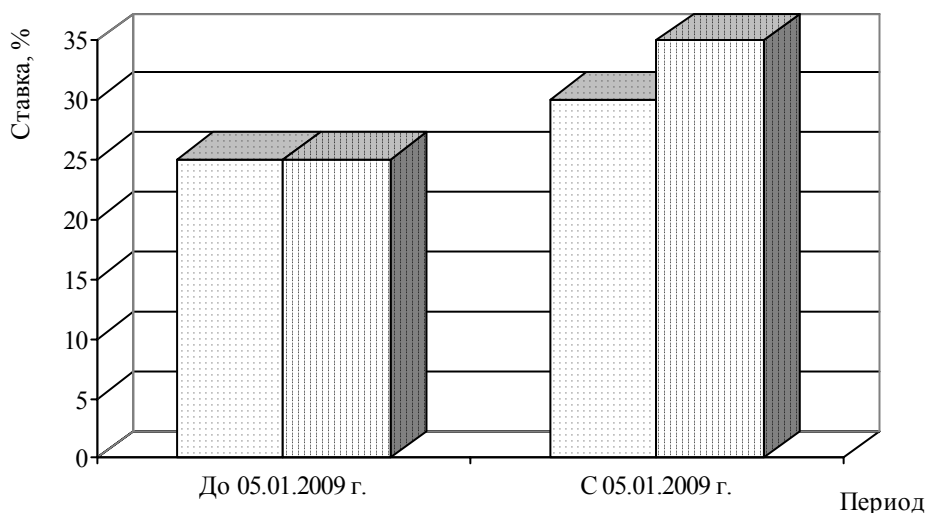
Рассмотрим влияние таможенного регулирования в отношении импорта на примере автомобильного рынка, проблемы которого актуализировались в последнее время. Еще в 2002 г. Правительство РФ одобрило Концепцию развития автомобильной промышленности на период до 2010 г., в которой были предусмотрены меры господдержки автомобильной отрасли: снижение ставок таможенных пошлин на технологическое оборудование, компоненты, агрегаты, узлы, детали и комплектующие изделия, производство которых не осуществляется в РФ; выравнивание таможенных пошлин для юридических и физических лиц при ввозе на таможенную территорию России подержанных легковых автомобилей иностранного производства и пр. Принятые меры способствовали активному расширению российских производств по сборке иностранных автомобилей, что в сочетании с доступностью автокредитов и ростом доходов населения привело к бурному развитию автомобильной отрасли, пусть и не за счет отечественного сектора.

Так, 2008 г. оказался довольно удачным для российского автомобильного рынка. Согласно данным крупнейшего аналитического агентства PricewaterhouseCoopers (PwC), было продано автомобилей на 14% больше, чем в 2007 г. При этом продажи ввезенных иномарок выросли на 24%, а собранных в России - на 32%. Число реализованных автомобилей

отечественного производства при этом сократилось на 8%. Однако в результате мирового финансового кризиса произошло значительное сокращение уровня доходов, увеличение безработицы, девальвация рубля и выросли ставки по автокредитам, существенно снизившие потребительскую активность населения.

Реакцией большинства автопроизводителей на нехватку оборотных средств, задолженность перед поставщиками металла и комплектующих и падение сбыта стало сокращение производства (вплоть до полной его остановки). Так, остановили свой конвейер «Автофрамос», заводы General Motors, Volkswagen, Ford в России, в том числе и АвтоВАЗ, чьи продажи в декабре 2008 г. рухнули на 40%.

Для поддержки отечественных производителей, в том числе и иностранных автоконцернов, построивших свои заводы в России, с начала 2009 г. стали действовать новые ставки таможенных пошлин на иномарки. Результаты внесения изменений в Таможенный тариф Постановлением Правительства РФ от 5 декабря 2008 г. № 903 можно изобразить наглядно (рис. 1).



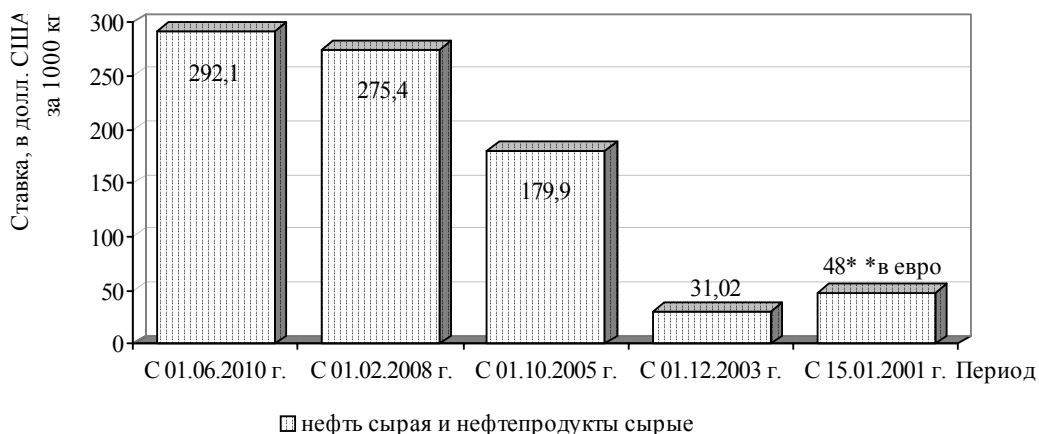
**Рис. 1. Динамика ставок ввозных таможенных пошлин на легковые автомобили**

Кроме того, теперь запретительными пошлинами облагаются все иномарки старше пяти лет, а не старше семи, как было раньше, пошлина составляет от 2,5 до 5,8 евро за 1 см<sup>3</sup> в зависимости от объема двигателя. Правительство РФ повысило пошлины на 9 месяцев, срок действия данных ставок в настоящее время продлен на такой же период.

Уже сейчас понятно, что принимаемые меры служат скорее своеобразным щитом для национального производителя во время кризиса, оставляя решение множества внутренних проблем (устаревшее оборудование, отсутствие производственных мощностей, современных технологий, кадровый дефицит) самим автозаводам, и прежде всего за счет создания совместных производств, стимулирования иностранных инвестиций в НИОКР и производство комплектующих, а также конкуренции между национальными производителями.

Что касается мер таможенно-тарифной политики в отношении экспортных операций в структуре внешнеторговой деятельности, то логичным будет рассмотрение их применительно к основным вывозимым категориям ввиду сырьевой ориентации (нефть и лес).

Ставки вывозных таможенных пошлин на нефть сырую устанавливаются Правительством России с учетом средней цены на нефть марки “Юралс” на мировых рынках нефтяного сырья (средиземноморском и роттердамском) за последний период мониторинга на 1 календарный мес. В последнее десятилетие наблюдается рост ставок (рис. 2).



**Рис. 2. Динамика ставок вывозных таможенных пошлин на нефть**

Аналогичная тенденция наблюдается и в отношении экспорта леса. Еще в 1996 г. Указом Президента РФ был взят курс на поэтапное повышение ставок вывозных таможенных пошлин на необработанные лесоматериалы. Текущие ставки вывозных таможенных пошлин в отношении отдельных видов необработанных лесоматериалов, вывозимых за пределы государств - участников соглашений о Таможенном союзе, составляют не менее 50 и до 80 евро за 1 м<sup>3</sup> в зависимости от длины и диаметра бревен, ставки вывозных таможенных пошлин в отношении отдельных видов лесоматериалов твердолиственных и ценных пород едины - 100 евро за 1 м<sup>3</sup>. Можно отметить, что состоянию на 24 мая 2006 г. первая составляла не менее 4,5 евро за 1 м<sup>3</sup>, в 2001г. - 4 евро за 1 м<sup>3</sup>.

Подобные данные свидетельствуют о тенденции к защите отечественной деревообрабатывающей промышленности, созданию новых мощностей по производству конкурентоспособных и импортозамещающих видов продукции; с другой стороны, возникает опасность расширения теневого сектора по незаконному вывозу лесного сырья.

В целом, динамика роста экспортных пошлин на сырье отражает государственную политику, направленную на сокращение сырьевой направленности российского экспорта, увеличение степени переработки.

Помимо указанной политики, направленной на совершенствование экономической системы, в частности непосредственно на экспортно-импортные операции, существует система особых экономических зон следующих типов: промышленно-производственные; технико-внедренческие; туристско-рекреационные; портовые особые экономические зоны. Особые экономические зоны (ОЭЗ) наделены специфическим статусом в сфере развития обрабатывающей промышленности, высокотехнологичных отраслей, развития транспортной инфраструктуры. Создание благоприятных условий для осуществления предпринимательской деятельности на территории ОЭЗ осуществляется посредством предоставления резидентам ОЭЗ налоговых льгот (например, на территории ОЭЗ, созданной в Санкт-Петербурге, предусмотрены налоговые преференции по налогу на при-

быль от деятельности, осуществляемой на территории ОЭЗ, налога на имущество организаций, земельному налогу, транспортному налогу). Существенным фактором повышения инвестиционной привлекательности реализуемых резидентами ОЭЗ проектов является использование специального таможенного режима свободной таможенной зоны для российских и иностранных товаров, освобождаемых от уплаты таможенных пошлин.

В заключение представляется возможным выделить ряд направлений (текущих и перспективных), работа по которым будет способствовать достижению вышеуказанных целей таможенно-тарифного регулирования, а возможно, и рационализации развития данной сферы. Среди них:

- диверсификация внешней торговли (оптимизация экспорта, увеличение степени переработки и развитие высокотехнологичного производства);
- импортозамещение в сферах продовольственного потребления, особенно в аграрном и рыбохозяйственном секторе;
- развитие инновационной инфраструктуры (повышение эффективности существующей, в частности, особых экономических зон, технопарков и т.п.; обеспечение доступа к иностранным технологиям);
- развитие транспортной инфраструктуры (в том числе транзитной, интеграция в глобальную транспортную сеть);
- обеспечение инвестиционной привлекательности, укрепление финансовых институтов.

*Поступила в редакцию 05.05.2010 г.*

---

---

# КРЕДИТНЫЕ НОТЫ - CLN КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ

© 2010 О.В. Прохорова

Самарский государственный экономический университет

E-mail: support@samfei.ru

Статья посвящена определению понятия “кредитные ноты - CLN”, выявлению достоинств и недостатков данного инструмента. Раскрывается целесообразность использования кредитных нот - CLN для привлечения дополнительных денежных средств коммерческими банками.

*Ключевые слова:* CLN - кредитные ноты, коммерческие банки, инвестор, заемщик, кредитор, андеррайтер, организатор, депозитарий, банк-нерезидент.

В мировой практике существует очень похожий на облигации вид ценных бумаг - кредитные ноты (CLN). Чем же они отличаются от облигаций и какое законодательство регламентирует их выпуск и обращение?

Кредитные ноты - это вид долговых обязательств, в выпуске которых, помимо российского банка, принимает участие банк-нерезидент.

Кредитные ноты размещаются в силу следующих причин:

- 1) отсутствие большого количества времени на подготовку выпуска;
- 2) объем привлечения, не позволяющий выпустить еврооблигации;
- 3) желание диверсифицировать круг инвесторов;
- 4) стремление выйти на международный рынок.

Непосредственными участниками данного процесса являются:

- заемщик. Российская компания, желающая привлечь средства посредством выпуска CLN. Заемщик привлекает кредит, на который впоследствии размещаются CLN;

- кредитор. Банк-нерезидент, предоставляющий кредит заемщику и выпускающий CLN. Обычно это высоконадежный банк, имеющий зарегистрированную программу для выпуска CLN;

- андеррайтер. Первый держатель CLN, обеспечивающий размещение CLN среди конечных инвесторов;

- организатор. Координирует действия всех участников размещения, организует весь процесс подготовки выпуска;

- депозитарий. Обеспечивает проведение расчетов по CLN. В большинстве случаев депозитарием является Euroclear.

А каким образом российское законодательство регламентирует деятельность по выпуску таких долговых обязательств, как кредитные ноты? На практике оказывается, что при всех достоинствах данного вида ценных бумаг конкретного закона нет и в настоящее время очень сложно вести разговоры на эту тему. Весь регламент основывается на Конституции РФ и Гражданском кодексе РФ.

Однако первые попытки исправить ситуацию были предприняты: в ноябре 2005 г. на повестку дня заседания Государственной Думы РФ был вынесен вопрос о проекте федерального закона «О внесении изменений в федеральный закон “О рынке ценных бумаг” и федеральный закон “О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг”».



О всех “прелестях” кредитных нот докладывал депутат Государственной Думы В.А. Тарачев (фракция “Единая Россия”). Вот что он сказал: “...Представленный вашему вниманию законопроект призван обеспечить банковскую систему новым видом ценных бумаг - кредитными нотами. Основное назначение этого документа - предоставить кредитным организациям возможность рефинансировать выданные кредиты и передавать инвесторам связанные с ними кредитные риски. Прежде всего, я хотел отметить, что формально кредитные ноты у российских заемщиков уже есть, однако их фактическими эмитентами являются не российские банки, а западные финансовые институты. Они выкупают у российских партнеров пулы выданных кредитов, выпускают под их обеспечение кредитные ноты, а привлеченные за счет этого средства возвращают обратно. На Западе ресурсы, как вы знаете, привлекаются под 3 % годовых, а в России - под 14. Поэтому западному партнеру выгодно покупать у российских коллег право требования по кредиту за 12 %, а тому выгодно получать свои деньги, 2 % маржи и выдать новые ссуды. Ну и в итоге получается, что российский инвестор кредитует российское предприятие, но платит за это деньги западному банку только потому, что у нас в России нет такого закона, а на Западе есть. В последние годы целый ряд российских предприятий и банков воспользовались описанной схемой для выпуска кредитных нот. Один из первых выпусков осуществил Альфа-Банк еще в 2002 г., выступив организатором сделки для “Объединенных машиностроительных заводов”. Эмитентом стал один из западных банков. Затем ряд западных банков также эмитировали кредитные ноты наших предприятий... таких, как “Северстальтранс”, “Новотек”, “АВТОВАЗ”, “Оргсинтез”, ну и еще ряд предприятий. Все указанные выпуски проводились в рамках зарубежного законодательства. С учетом вышесказанного необходимость внедрения аналогичных схем внедрения в нашей стране более чем актуальна. Кроме того, уже сейчас интерес к выпуску кредитных нот как со стороны российских, так и со стороны зарубежных инвесторов чрезвычайно высок, спрос в разы превышает предложение... Основным сдерживающим фактором до сих пор остается необходимость построения громоздких схем, при которых организатором выпуска выступают российские банки, эмитентами кредитных нот - западные кредитные организации, а заемщиками, соответственно, - российские предприятия. Представленный законопроект позволит решить указанные проблемы и предоставит российским банкам действительно действенный инструмент распределения кредитных рисков, а также откроет заемщикам новые возможности привлечения кредитов. У банков появится уникальная возможность разрезать большие рискованные кредиты на мелкие части и продать их по отдельности сторонним инвесторам. В результате, если получившее кредит предприятие не сможет в полном объеме вернуть банку кредит, риск возможных потерь будут нести владельцы кредитных нот, но не банк. Этот конкретный риск будет иметь и конкретное материальное выражение, поскольку процентная ставка по кредитным нотам будет значительно выше, чем по безрисковым инструментам. Размер среднего банка сегодня не соответствует потребностям промышленного сектора. В одиночку банки не способны выдавать крупные кредиты и, самое главное, принимать на себя значительные риски. Выпуск кредитных нот позволит наиболее простым способом решить эту проблему...”<sup>1</sup>.

Наши глубокоуважаемые депутаты после долгих споров, дискуссий и пререканий решили все-таки поправок в закон не вносить: “...дьявол - он в мелочах, а мелочи оказались достаточно серьезными...”

Однако время не стоит на месте, и в прессе появилась информация (от 26 апреля 2005 г.) о том, что Инвестиционный банк “ТРАСТ” назначен ведущим организатором размещения CLN Группы компаний “Волга-Днепр” - мирового лидера по авиаперевозкам сверхтяжелых и крупногабаритных грузов. Планируемый объем займа составляет 100 млн. долл. США, срок обращения выпуска - до 2 лет. Инвестиционный банк “ТРАСТ” - один из ведущих инвестиционных финансовых институтов России. В 2004 г. банк стал победителем ежегодного рэнкинга Global Finance в номинациях “Лучший андеррайтер” и “ Лучший банк в области операций на вторичном рынке облигаций”. “ТРАСТ” первым из российских банков обеспечил клиентам полный цикл услуг по выпуску кредитных нот и других ценных бумаг<sup>2</sup>. Другим коммерческим банкам остается только завидовать или все-таки последовать примеру “ТРАСТА”.

И некоторые из них не стали долго ждать. К примеру, финансовая корпорация “УРАЛСИБ” выступила ведущим менеджером первого выпуска кредитных нот (CLN) ЗАО “Нижнесергинский метизно-металлургический завод” (НСММЗ), входящего в холдинг “Макси-групп”. Объем займа составил 100 млн. долл., сообщает пресс-служба екатеринбургского филиала ОАО “УРАЛСИБ”<sup>3</sup>.

Управляющий филиалом Вячеслав Григорьев отметил, что эмиссия кредитных нот является новым для уральского рынка инструментом долгового финансирования предприятий, механизм которого принципиально отличается от обычного кредитования. По его словам, кредитные ноты представляют собой особый вид рыночного заимствования, когда заемщик получает финансирование через рыночное размещение обязательств иностранного банка, организованное российским банком. Российский банк - в данном случае банк “УРАЛСИБ” - выступает организатором выпуска и андеррайтером. Стоимостные условия выпуска определяются непосредственно перед размещением.

По сравнению с другими инструментами финансирования, выпуск кредитных нот имеет ряд преимуществ. Во-первых, это источник необеспеченного финансирования, в то время как для банковского кредита необходимо обеспечение. Во-вторых, долговые обязательства размещаются по фиксированным низким ставкам финансового рынка. В-третьих, этот финансовый инструмент позволяет компании-заемщику осуществлять текущее управление объемом долга через схему buy-back. Кроме того, компания создает свою публичную кредитную историю для международных рынков капитала, обеспечивая возможность будущего успешного размещения, например, еврооблигаций.

Кроме того, еще одним плюсом CLN является короткий срок организации финансирования. Как правило, весь процесс занимает 2-3 месяца. Привлечение капитала, например, с публичных денежных рынков посредством эмиссии и размещения акций - значительно более сложная и длительная по времени процедура, которая требует массивного раскрытия информации, государственной регистрации выпуска и ведет к перераспределению долей собственности.

Кстати, “АВТОВАЗу” тоже понравились кредитные ноты. Ведущий российский автопроизводитель разместил два выпуска CLN.

ОАО “АВТОВАЗ” завершило размещение кредитных нот (CLN, Credit Linked Notes) на сумму 250 млн. долл. Срок обращения CLN - 2,5 года, ставка купона установлена в размере 8,5% годовых. Известно, что в раз-

мещении приняли участие инвесторы из Швейцарии, Великобритании, Сингапура, Германии, Люксембурга, Португалии, Чили, России и других стран (всего более 50 инвесторов), а спрос на CLN превысил предложение. Аналитики говорят, что если проводить аналогии с размещенными в последнее время CLN других компаний, то выпуск “АВТОВАЗом” кредитных нот можно назвать успешным<sup>4</sup>.

Автопроизводитель уже имеет кредитную историю взаимоотношений с известными иностранными и российскими банками (Внешторгбанк, Сбербанк, Deutsche Bank), а также успешный опыт привлечения капитала с международных рынков. В 2004 г. ОАО “АВТОВАЗ” разместило дебютный выпуск CLN на 150 млн. долл., организатором которого выступил инвестиционный банк “ТРАСТ”. Привлеченные средства были направлены на реализацию инвестиционных проектов ОАО “АВТОВАЗ”, в частности на подготовку производства автомобилей Lada Kalina и Lada Priora. Тем же банком был организован и второй выпуск кредитных нот “АВТОВАЗа”. В его размещении также приняли участие ОАО “Альфа-Банк”, ЗАО “Международный московский банк”, ОАО “Промышленно-строительный банк”, ЗАО “Сургутнефтегазбанк”, ОАО «Банк “АК БАРС”», ОАО «Банк “Союз”», ОАО “Импэксбанк”. Как сообщают на ОАО “АВТОВАЗ”, средства от размещения CLN будут направлены на инвестиции в модернизацию действующего производства и в обновление модельного ряда.

Само привлечение средств на развитие путем размещения кредитных нот для “АВТОВАЗа” логично. “Плюсы CLN в том, что они не требуют обеспечения. Кроме того, найти банк, который сможет дать кредит на 250 млн. долл., довольно проблематично. Есть, пожалуй, только две кандидатуры - Сбербанк и Внешторгбанк, но и с ними “АВТОВАЗу” было бы трудно договориться”, - сказал RBC daily начальник управления международных рынков долгового капитала “МДМ-Банка” Андрей Добрынин. А в ИК “Брокеркредитсервис” добавляют, что размещать кредитные ноты сегодня вообще довольно популярно - из-за нескольких их достоинств. “Преимущества выпуска CLN в том, что это дешевле, проще, быстрее (уровень раскрытия информации компанией совсем другой). Параллельно нарабатывается кредитная история”, - сказал RBC daily аналитик ИК “Брокеркредитсервис” Вячеслав Жабин.

По названной причине в последующем прошла целая череда выпусков кредитных нот различными компаниями - на довольно крупные суммы. В частности, “Седьмой Континент” разместил CLN на 90 млн долл. Бумаги были размещены по цене номинала, срок обращения CLN составил два года, доходность - 7,25% годовых. Условия выпуска предусматривают европейские опционы put и call исполнением через один год по цене 100% от номинала. Бумаги были размещены среди диверсифицированной группы инвесторов, в числе которых 45% - зарубежные, 55% - российские. Объем заявок превысил размер выпуска в 2 раза. Привлеченные средства были использованы для финансирования строительства гипермаркетов в регионах РФ. Известно, что под выпуск CLN “Седьмым Континентом” был привлечен кредит Dresdner Bank на аналогичную сумму - 90 млн. долл.

Между тем для оценки качества размещения CLN “АВТОВАЗа” нужно сравнивать с размещением других автопроизводителей. Но в “МДМ-Банке” говорят, что на сегодня CLN никто из них еще не выпускал.

Сравнивать это событие с размещениями кредитных нот компаний из других отраслей, которые проходили в последнее время, было бы не очень правильно. Тот же “Седьмой Континент”, который недавно размещал CLN, не имеет долгов, бизнес этого ритейлера растет на 50% в год, чего нельзя сказать о ведущем российском автопроизводителе. А один из игроков шинного рынка - компания “Амтел” - разместил двухлетние кредитные ноты на сумму 175 млн. долл., когда рыночная ситуация была более благоприятной.

Однако аналитики сходятся в том, что второй выпуск CLN был размещен удачно. “Размещение CLN “АВТОВАЗа” проходило не в самой благоприятной рыночной ситуации, тем не менее оно прошло лучше по сравнению с их первым выпуском CLN на 150 млн. долл., когда компания переплатила за размещение 2% сверх рыночных ставок”, - говорит Андрей Добрынин. В ИК “Брокеркредитсервис” с ним солидарны. “По поводу удачности размещения можно сказать, что 8,5% годовых для “АВТОВАЗа” - недурно”, - отмечает Вячеслав Жабин<sup>5</sup>.

Подводя итог, можно выделить следующие основные преимущества и недостатки достаточно нового для России вида ценных бумаг.

Преимущества:

- быстрота подготовки выпуска;
- простота подготовки документации;
- простота прохождения процедуры Compliance;
- отсутствие необходимости регистрировать отдельный выпуск;
- отсутствие необходимости предоставления залога;
- диверсификация круга кредиторов;
- формирование публичной кредитной истории;
- потенциально большая ликвидность по сравнению с кредитом.

Недостатки:

- “частное размещение” ограничивает круг инвесторов;
- невысокая по сравнению с еврооблигациями ликвидность;
- ограниченная возможность управления своим долгом в связи с отсутствием ликвидного вторичного рынка;
- ограниченное формирование публичной кредитной истории в связи с тем, что CLN могут “осесть” в портфелях инвесторов.

Что ж, посмотрим, приживется ли новый вид ценных бумаг на российском рынке!..

<sup>1</sup> [http://www.akdi.ru/gd/PLEN\\_Z/2004/11/s24-11\\_v.htm](http://www.akdi.ru/gd/PLEN_Z/2004/11/s24-11_v.htm).

<sup>2</sup> <http://www.novoteka.ru/time/?from=2005-04-26/16:59:59>.

<sup>3</sup> <http://www.apiural.ru/econom/?art=14404>.

<sup>4</sup> <http://www.sostav.ru/news/2005/10/27/42>.

<sup>5</sup> <http://www.sostav.ru/news/2005/10/27/42>.

*Поступила в редакцию 06.05.2010 г.*

---

---

# СТРУКТУРНЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА АВИАПЕРЕВОЗОК

© 2010 С.В. Вишневер

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: prof888@mail.ru

В статье представлен отраслевой анализ российского рынка авиационных перевозок. На основе выявления конкурентной среды данного рынка определена модель олигополии, характеризующаяся достаточно высоким уровнем концентрации.

*Ключевые слова:* рынок авиаперевозок, концентрация, конкуренция, олигополия, барьеры входа.

Авиаперевозки в объеме перевозок магистральными видами транспорта занимают более трети всего пассажирооборота и существенную часть грузоперевозок.

Для современного этапа развития авиаперевозок характерно четкое структурирование авиакомпаний по географии деятельности и формату организации рейсов. Исходя из этих особенностей, всех перевозчиков можно разделить на несколько больших групп.

Сетевые авиакомпании способны предложить не только сам продукт (пассажирские и грузовые перевозки), но и создать собственную систему дистрибуции, а также наладить эффективную региональную агентскую сеть. Помимо этого, сетевые компании владеют собственной сетью маршрутов, могут диктовать собственную ценовую политику и обеспечивать высокий уровень сервиса. Вторая группа - чартерные авиакомпании. Для чартерного формата перевозок характерно отсутствие регулярного расписания, а транспортировка пассажиров происходит по факту фрахта воздушного судна. Третья разновидность компаний - региональные перевозчики, которые выполняют рейсы внутри определенной географической зоны. Также сегодня широко распространены грузовые операторы, которые предпочитают продавать свои услуги через сеть агентов оптом и самостоятельно развивают собственный бренд. Наряду с этим, также можно выделить комбинированных экспресс-перевозчиков, смешанные и изолированные авиакомпании. В последнее время активно развиваются низкозатратные авиакомпании (low cost airlines), которые предпочитают работать на рынках высокой емкости. Для такого формата авиаперевозок характерна высокая частота рейсов, прямые продажи продукта конечному потребителю, унификация авиапарка и минимизация затрат на обслуживание пассажиров.

Географические границы товарного рынка определяют территорию, на которой покупатель имеет экономическую и технологическую возможность приобрести, а продавец реализовать рассматриваемый товар, и такая возможность отсутствует за ее пределами. Географическими границами исследуемого автором рынка были выбраны административные границы Российской Федерации (т.е. федеральный рынок).

Что касается спроса и предложения на рынке авиаперевозок, то можно выделить его типичные черты:

- Экономическая среда. Факторы экономической среды влияют на покупательную способность пассажиров, что находит отражение в структуре и объеме спроса на пассажирские авиаперевозки.

Понимание основных тенденций развития экономической среды позволит спрогнозировать динамику объема рынка пассажирских авиаперевозок и предпринять своевременные действия по предотвращению существенных потерь из-за сокращения спроса на авиаперевозки во время экономического спада или по увеличению доходов за счет привлечения дополнительных пассажиров во время экономического подъема.

По данным мировой статистики, частота пользования воздушным транспортом (достаточно полно характеризующая спрос на его услуги) в стабильных условиях прямо зависит от уровня экономики страны, который, в свою очередь, может быть оценен через уровень ВВП на душу населения. В развитых странах Европы с уровнем ВВП в 12-20 тыс. долл. на человека частота пользования воздушным транспортом лежит в пределах 0,8-1,1 полета в год на душу населения, в США и Канаде, где ВВП на душу населения 25-30 тыс. долл., - до 1,8-2,0 полета в год, в развивающихся странах в зависимости от уровня ВВП и особенностей географического положения - 0,05-0,5 полета в год.

- Высокая степень зависимости авиакомпаний от внешних факторов, таких как: общее состояние экономической конъюнктуры на рынках, динамика изменения цен на топливно-энергетические ресурсы, состояние инфраструктуры аэропортов, шоки неэкономического характера, к которым относятся таможенные барьеры, нединамичное изменение технико-технологических требований грузовых и пассажирских авиаперевозок к международным стандартам.

- Высокая капиталоемкость авиатранспортного производства порождает неэластичное предложение на рынке авиаперевозок. С другой стороны, спрос на авиаперевозки, на котором отражаются сезонные колебания, предпочтения клиентов, политические и экономические кризисы, является весьма эластичным. Это несоответствие между неэластичным предложением и эластичным спросом влияет на состояние рынка авиаперевозок.

Освоение рынка заключается в разработке и осуществлении мероприятий по развитию спроса на перевозки данной авиакомпанией и его удовлетворению на данном рынке.

Сложность освоения рынка состоит в том, что почти все региональные рынки поделены между крупными авиакомпаниями. Авиакомпания, входящая на рынок, должна представлять, на какую долю перевозок она может рассчитывать и каковы ее шансы на успех в конкурентной борьбе с другими авиакомпаниями и другими типами транспорта.

Доля авиакомпании на рынке определяется следующим образом. Доля конкретной авиакомпании на рынке пропорциональна ее flight-factor, который равен произведению грузомест авиакомпании. Необходимо подсчитать удельный вес flight-factor в общей сумме flight-factor всех авиакомпаний на данном рынке. Этот удельный вес и будет соответствовать доли авиакомпании на рынке авиаперевозок<sup>1</sup>.

Исследование рынка воздушных перевозок и его конъюнктуры необходимо для определения маршрутов воздушных перевозок, емкости и частоты движения самолетов.

Авиаперевозки не отличаются высокой рентабельностью, что связано с высокими административными барьерами и ограниченной покупательной способностью населения. Поэтому самокупаемыми являются только компании, осуществляющие значительные объемы перевозок.

Рынок авиационных пассажирских перевозок России характеризуется довольно высоким уровнем концентрации и имеет черты нормальной олигополии. Менее 20 компаний выполняют почти 90% пассажирооборота воз-

душного транспорта России, а на долю 5 лидирующих компаний приходится более 60% пассажирооборота, о чем свидетельствуют данные табл. 1.

Соответственно, подобная ситуация прослеживается и на рынке грузовых авиаперевозок (см. табл. 2).

**Таблица 1. Выполненный пассажирооборот авиакомпаний Российской Федерации за январь - март 2009-2010 гг. (международные и внутренние перевозки)\***

| № п/п | Авиапредприятие                                | Пассажирооборот, тыс.пас.-км |                      |
|-------|--|------------------------------|----------------------|
|       |  | январь-март                  |                      |
|       |  | 2009 г.                      | 2010 г.              |
| 1     | Аэрофлот - российские авиалинии                | 5 388 825,70                 | 7 237 637,20         |
| 2     | ТРАНСАЭРО                                      | 3 218 776,54                 | 5 558 561,70         |
| 3     | Сибирь   | 1 768 080,00                 | 2 132 239,00         |
| 4     | ЮТэйр  | 886 638,41                   | 1 575 452,39         |
| 5     | Оренбургские авиалинии                         | 749 197,13                   | 1 171 824,67         |
|       | <b>Итого по 5 авиакомпаниям</b>                | <b>12 011 517,78</b>         | <b>17 675 714,96</b> |
|       | <b>Доля 5 авиакомпаний от общего объема,%</b>  | <b>62,1</b>                  | <b>65,4</b>          |
| 6     | ГТК "Россия                                    | 1 064 339,40                 | 1 121 940,30         |
| 7     | Владивосток Авиа                               | 662 665,64                   | 902 362,63           |
| 8     | Северный Ветер                                 | 398 938,60                   | 896 942,30           |
| 9     | Уральские Авиалинии                            | 542 851,29                   | 765 541,67           |
| 10    | ВИМ-АВИА                                       | 484 727,16                   | 642 570,18           |
| 11    | Глобус   | 510 019,00                   | 568 526,00           |
| 12    | Якутия   | 339 918,40                   | 430 474,73           |
| 13    | Нордавиа - региональные авиалинии              | 261 731,00                   | 373 557,60           |
| 14    | ДОНАВИА  | 214 180,95                   | 330 318,48           |
| 15    | Небесный Экспресс                              | 232 086,39                   | 320 448,48           |
|       | <b>Итого по 15 авиакомпаниям</b>               | <b>16 722 975,61</b>         | <b>24 028 397,33</b> |
|       | <b>Доля 15 авиакомпаний от общего объема,%</b> | <b>86,5</b>                  | <b>88,9</b>          |

\* <http://www.favt.ru/vp/vpa/> - Федеральное агентство воздушного транспорта.

**Таблица 2. Выполненный грузооборот авиакомпаний Российской Федерации за январь-март 2009-2010 гг. (международные и внутренние перевозки)\***

| № п/п | Авиапредприятие                                | Грузооборот, тыс. ткм |                   |
|-------|--|-----------------------|-------------------|
|       |  | январь-март           |                   |
|       |  | 2009 г.               | 2010 г.           |
| 1     | ЭйрБриджКарго                                  | 232 634,00            | 401 134,40        |
| 2     | Волга-Днепр                                    | 153 247,27            | 169 604,33        |
| 3     | Аэрофлот - российские авиалинии                | 68 790,68             | 154 873,61        |
| 4     | Полет  | 20 820,42             | 53 479,88         |
| 5     | ТРАНСАЭРО                                      | 26 625,87             | 37 083,36         |
|       | <b>Итого по 5 авиакомпаниям</b>                | <b>502 118,24</b>     | <b>816 175,58</b> |
|       | <b>Доля 5 авиакомпаний от общего объема,%</b>  | <b>75,8</b>           | <b>84,0</b>       |
| 6     | Авиакон Цитотранс                              | 12 226,82             | 21 451,82         |
| 7     | Сибирь   | 18 558,10             | 18 719,99         |
| 8     | Владивосток Авиа                               | 6041,52               | 13 631,61         |
| 9     | 224 летный отряд                               | 1864,95               | 11 745,75         |
| 10    | АЭРОСТАРЗ                                      | 7010,45               | 9557,94           |
| 11    | КАПО Авиа                                      | 5340,71               | 8257,02           |
| 12    | ЮТэйр  | 3694,98               | 7332,86           |
| 13    | Уральские Авиалинии                            | 3240,25               | 7077,89           |
| 14    | Авиастар-ТУ                                    | 8245,09               | 6621,10           |
| 15    | КОНТИНЕНТ                                      | 5950,00               | 6250,00           |
|       | <b>Итого по 15 авиакомпаниям</b>               | <b>574 291,11</b>     | <b>926 821,56</b> |
|       | <b>Доля 15 авиакомпаний от общего объема,%</b> | <b>86,6</b>           | <b>95,3</b>       |

\* <http://www.favt.ru/vp/vga/>

Для оценки уровня концентрации в отрасли с учетом степени равномерности (неравномерности) распределения рыночных долей между отдельными авиакомпаниями рассчитаем отраслевой индекс Херфиндаля - Хиршмана (НИ) по следующим данным:

| Авиакомпания-лидеры по пассажирским перевозкам | Объем реализации, млрд. руб. |
|--|------------------------------|
| Аэрофлот                                       | 95,01                        |
| ТРАНСАЭРО                                      | 37,4                         |
| Сибирь   | 31,9                         |
| ЮТэйр  | 32,9                         |
| Оренбургские авиалинии                         | 14                           |
| Общий объем реализации                         | 300                          |

$$НИ = (95,01/300)^2 + (37,4/300)^2 + (31,9/300)^2 + (32,9/300)^2 + (14/300)^2 = 2200.$$

Таким образом, данный показатель свидетельствует о достаточно высокой концентрации рынка пассажирских авиаперевозок.

Слабой концентрацией характеризуется рынок авиаперевозок, соединяющих Москву с административными центрами субъектов Российской Федерации и промышленно развитых регионов - таких, как гг. Санкт-Петербург, Самара, Екатеринбург, Новосибирск, Хабаровск и др. Однако в объеме эксплуатируемых воздушных линий указанные направления составляют не более трети.

Одна из главных причин отсутствия конкуренции на других направлениях (маршрутах) - убыточность авиаперевозок ввиду неплатежеспособности населения, основного покупателя данного вида услуг. Таким образом, рынок авиаперевозок является высококонцентрированным.

Отсутствие маршрутной конкуренции обеспечивает авиакомпаниям возможность удерживать высокие цены и, наоборот, в условиях конкуренции (как правило, с зарубежными авиакомпаниями, на международных авиарейсах) компании вынуждены снижать тарифы, вводить системы льгот и скидок.

Специфической проблемой рынка воздушных перевозок является наличие псевдоконкуренции, не дающей эффективного результата. Ее существование обусловлено наличием многих мелких перевозчиков, которые обеспечивают свое выживание только лишь за счет использования монополистического положения на конкретном маршруте и не способны ни расти, ни развиваться, тем более как-либо конкурировать с другими авиакомпаниями.

Вопреки традициям классических принципов рассмотрения вопросов об ограничении монополистической деятельности рациональная экономическая концентрация в отрасли является настоящей потребностью. При этом нельзя допустить раздела рынка между авиаперевозчиками по территориальному (маршрутному) или иным признакам - должен быть обеспечен абсолютно равный для всех доступ к маршрутам.

Пассажирские авиаперевозки (АПП) в настоящее время являются отраслью с одними из самых высоких барьеров для вхождения, среди которых выделяются экономические и административные барьеры. Административные барьеры связаны со сложной системой лицензирования и сертификации (принцип лицензирования авиаперевозочной деятельности предусматривает выдачу лицензии не на вид деятельности, а на маршрут).



Среди экономических барьеров можно отметить следующие:

1. Значительный размер первоначального капитала, который необходим для развертывания деятельности хозяйствующего субъекта на данном рынке.

2. Постоянный рост цен на авиагорючесмазочные материалы и их высокая стоимость являются основным препятствием на пути привлечения новых авиаперевозчиков. По этой же причине фактически отсутствует возможность создания конкурентной среды в данном сегменте, что в результате ставит под сомнение возможность снижения тарифов на авиаперевозки, а это в свою очередь не позволяет увеличить объем работ.

3. Низкий уровень платежеспособности населения.

4. Наличие развитой транспортной системы других видов транспорта.

Оценивая свободу доступа новичков к технологиям, которыми владеют укоренившиеся авиакомпании, можно отметить наличие значительного технологического разрыва между новичками и укоренившимися компаниями. Данный разрыв обусловлен в первую очередь сложностью доступа новичков к технологиям, которыми владеют укоренившиеся фирмы. Так, большинство авиакомпаний отмечают сложность получения сертификата на выполнение оперативного и периодического обслуживания авиационной техники, а также на самостоятельное проведение “тяжелых” форм обслуживания (так называемых C-check форм), что является необходимым элементом функционирования перевозчика в отрасли. Имеют место и проблемы со специфическими “технологиями”, например с технологиями обработки и анализа полетной информации. Согласно данным Росавиации, доля расшифрованных полетов должна составлять не менее 90%. Таким образом, можно рассматривать рынок АПП как рынок со значительными структурно-технологическими барьерами входа, что, в свою очередь, существенно снижает возможности доступа новичков к отрасли.

Практически все авиакомпании отмечают существование значительных поведенческих барьеров входа в отрасль АПП. В качестве такого рода барьеров был назван такой параметр рынка, как высокие транзакционные издержки оперирования в отрасли, в частности, неофициальные выплаты чиновникам за возможность работать на конкретном рынке, за предоставление слотов (время вылета/прилета). Наличие значительных поведенческих барьеров входа существенно снижает угрозу потенциальной конкуренции.

Большинство экспертов характеризуют рынок АПП как рынок с очень высокой капиталоемкостью. Необратимые издержки составляют значимую часть отмеченной капиталоемкости и определяются высокой степенью специфичности ресурсов рынка АПП. Наличие необратимых издержек объясняется необходимостью сдерживать вход в отрасль новых участников. При этом в качестве инструмента достижения данной цели в большинстве случаев используются не экономические механизмы конкуренции, а административные меры.

Таким образом, с учетом анализа концентрации данный рынок можно охарактеризовать как рынок с дискретной конкуренцией, т.е. с рыночной структурой, характеризующейся, во-первых, относительно большим числом участников для всего продуктового пространства рынка, но относительно малым количеством участников для отдельных пространственных сегментов рынка, которые отличаются высокой локализацией с достаточно высокими барьерами входа<sup>2</sup>.

Российский рынок авиационных пассажирских перевозок - это хороший пример рынка с дискретной конкуренцией, поскольку вход на отдельные маршрутные сети авиаперевозок затруднен по причине достаточно низкого уровня субституции между аэропортами для авиакомпаний и потребителей. Так, например, авиакомпания “Ижавиа” имеет долю в объеме пассажирских авиаперевозок России менее 0,6 % и не входит в число 35 крупнейших перевозчиков. Между тем на оперируемых ею маршрутах данная авиакомпания имеет доминирующее либо монопольное положение.

Понятие дискретной конкуренции отражает смещение рыночной концентрации в сторону небольших региональных авиакомпаний, как правило, состоящих в связке единой собственности “аэропорт - авиакомпания”. Такие авиакомпании обладают значительной рыночной властью на оперируемых ими маршрутах, но при этом незначительной долей рынка в общероссийском объеме перевозок, что, безусловно, усложняет картину истинной конкуренции в отрасли в целом.

---

<sup>1</sup> <http://www.aviaplace.ru/aviauslugi/opredelenie-konyunkturyi-ryinka-perevozok-i-uslug.html> - Определение конъюнктуры рынка перевозок и услуг.

<sup>2</sup> Лукьянов С.А. Рынок авиационных пассажирских перевозок России. URL: <http://www.sinstitute.ru/files/76-p192-206.pdf>.

*Поступила в редакцию 06.05.2010 г.*

---

---

# РАЗВИТИЕ КАТЕГОРИИ “ЕСТЕСТВЕННАЯ МОНОПОЛИЯ” В РАМКАХ НЕОКЛАССИЧЕСКОЙ ШКОЛЫ И НЕОИНСТИТУЦИОНАЛИЗМА

© 2010 Э.В. Кабакова

кандидат экономических наук, доцент

Самарский государственный экономический университет

E-mail: prof888@mail.ru

В статье рассмотрены теоретические взгляды на категорию “естественная монополия”. Проведено сравнение неоклассического и неоинституционального подходов. Выявлены общие черты и различия.

*Ключевые слова:* естественная монополия, неоклассическая школа, неоинституционализм, положительный эффект масштаба, барьеры входа, трансакционные издержки.

В последнюю треть XX в. в экономической теории были предприняты попытки переосмыслить понятие естественной монополии и методы регулирования ее деятельности на основе критики существовавших подходов к определению роли и места естественных монополий в системе экономических отношений в развитых странах.

У. Баумоль, Г. Демзец и их последователи обосновывали необходимость более узкого определения естественной монополии, предлагая ограничить ее только сетевыми структурами (железнодорожные пути и путевое хозяйство, трубопроводы, электросети и соответствующие терминалы), тогда как генерирующие, добывающие, обслуживающие, вспомогательные предприятия и компании-операторы, использующие сети и терминалы для производства товаров и услуг, должны рассматриваться как сектор, где возможно создание условий, близких к конкурентным.

В современной экономической теории естественная монополия представляет собой систему предпринимательства в ряде отраслей производственной инфраструктуры, находящихся преимущественно в государственной собственности, она характеризует такое состояние монопольного рынка, когда из-за экономии на масштабе в отраслях общественного пользования одна фирма с наибольшей эффективностью обеспечивает удовлетворение совокупной потребности в общественно значимых благах, не имеющих близких заменителей и обладающих низкой ценовой эластичностью спроса.

Данные монополии являются закрытыми, характеризуются значительной монопольной властью и устойчивым доминированием на рынке одного субъекта. Это обусловлено рядом специфических причин, которые можно объединить в три группы.

В первую группу следует включить фундаментальные причины следующего характера:

- особенности технологии (например, в производстве тепло- и электроэнергии существует определенная технологическая особенность, которая обуславливает производство двух типов энергоносителей только в рамках одного предприятия и необходимость создания сложного производственного цикла, включающего как само производство, так и доставку до конечного потребителя);

- положительная отдача от масштаба;
- субаддитивность издержек;
- уникальность продукции и ресурсов (невозможность замены на другие товары или услуги (низкая эластичность спроса));
- экономия на разнообразии.

Вторую группу образуют причины организационного и ситуационного характера: вертикальная интеграция деятельности при наличии сетевых структур; институциональные, материально-технические, организационные факторы, формирующие рыночную ситуацию; наличие секрета или патента.

Следует выделить также и еще одну, особую, причину, а именно национальную безопасность. Многие из отраслей естественных монополий являются стратегически важными сферами в экономическом развитии и национальной безопасности страны, в обеспечении единого территориального, экономического и оборонного пространства государства. Эта причина не фигурирует в числе стандартных причин естественных монополий, но для такой страны, как Россия, она имеет исключительное значение.

Наиболее полно, последовательно и аргументированно теория естественной монополии представлена в рамках исследовательских программ неоклассики и неинституционализма.

Неоклассический подход определяет естественную монополию как отрасль, в которой экономия, обусловленная ростом масштабов производства, столь велика, что продукт может быть произведен одной фирмой при более низких средних издержках, чем если бы его производством занималась не одна, а несколько фирм. Иногда подобные определения дополняются ссылками также на неэластичность спроса на продукцию и услуги естественного монополиста в связи с отсутствием близких заменителей.

Подобное рассмотрение естественной монополии через призму свойств функции издержек (свойств кривой долгосрочных средних издержек) и позволяет классифицировать данный подход как неоклассический, поскольку именно для неоклассической теории характерно рассмотрение фирмы как производственной (технологической) единицы, деятельность которой описывается производственной функцией.

Существенным недостатком приведенного выше определения естественной монополии является рассмотрение положительного эффекта масштаба как необходимого и достаточного условия существования естественной монополии, что не совсем верно. Положительный эффект масштаба должен рассматриваться в тесной связи с емкостью рынка и особенностями спроса, так как само по себе явление положительного эффекта масштаба характерно практически для всех отраслей. Соответственно, более корректным будет определение естественной монополии через значительную экономию на масштабе производства относительно емкости рынка.

Следует отметить, что неэластичность спроса на продукцию и услуги в связи с отсутствием близких заменителей также не может выступать как явление, свойственное только естественно-монопольной структуре рынка, поскольку неэластичность спроса характерна для любой монополии.

Указанный выше подход к определению естественной монополии господствовал до начала 70-х гг. XX в. Начиная со второй половины 1970-х гг. более адекватным стали считать определение естественной монополии,

основанное не на концепции экономии от масштаба производства, а на концепции субаддитивности издержек, предложенное американским ученым У. Баумолем.

Субаддитивность функции издержек означает, что при любом объеме выпуска производство в рамках одной фирмы будет экономичнее производства двумя и более фирмами, что позволяет сделать вывод о том, что естественная монополия может существовать и при возрастающих долгосрочных средних издержках, тогда как положительный эффект масштаба означает только убывающие долгосрочные средние издержки.

Таким образом, можно сделать вывод, что положительный эффект масштаба - частный случай субаддитивности издержек, и определение естественной монополии через эффект масштаба, а не через субаддитивность является неполным.

По своему содержанию предложенный У. Баумолем подход к определению естественной монополии также можно классифицировать как неоклассический, поскольку он рассматривает данную категорию через призму свойств функции издержек. С вводом нового понятия - субаддитивность издержек - У. Баумоль развил существовавшее ранее определение естественной монополии, основанное на положительном эффекте масштаба, и тем самым расширил его содержание, поскольку субаддитивность издержек предполагает наличие большего числа ситуаций, при которых возможна естественная монополия, чем положительный эффект масштаба.

Наиболее точно описать процесс развития категории “естественная монополия” в рамках неоклассической школы можно с помощью такого научного метода, как диалектический подход, а именно через призму действия закона диалектической противоречивости.

В условиях естественной монополии в области положительного (растущего) эффекта масштаба с ростом объема производства долгосрочные средние издержки производства снижаются, соответственно, производственная эффективность, под которой понимается эффективность, требующая минимизации фирмой издержек и наилучшего использования имеющихся у нее ресурсов, растет. При этом полное удовлетворение отраслевого спроса осуществляется организационно целостной фирмой - естественным монополистом. Однако постепенно увеличение спроса в отрасли может привести к ситуации, при которой полное удовлетворение спроса будет осуществляться в условиях растущих долгосрочных средних издержек, т.е. в условиях падающего эффекта масштаба.

Организация производства в рамках организационно целостной фирмы в данной ситуации уже не будет оптимальной.

Снятие диалектического противоречия между стремлением к полному удовлетворению отраслевого спроса и стремлением к минимизации издержек (максимальной производственной эффективности) происходит в результате:

1) создания конкурентного рынка, если при данном уровне спроса валовые издержки нескольких фирм будут ниже валовых издержек одной фирмы; или

2) организации производства в рамках одной фирмы - естественного монополиста, включающего в себя две и более производственные структуры, каждая из которых удовлетворяет часть спроса, если при данном уровне спроса валовые издержки нескольких фирм будут выше валовых издержек одной фирмы.

Таким образом, можно сделать вывод, что снятие рассматриваемого противоречия во втором случае добавляет в цепочку основных типов рыночных структур “совершенная конкуренция - монополистическая конкуренция - олигополия - абсолютная монополия” еще один элемент - естественную монополию, основанную на субаддитивности издержек, т.е. монополию, полностью удовлетворяющую отраслевой спрос, соответствующий области растущих долгосрочных средних издержек, путем организации производства в рамках двух и более структурных подразделений. Очевидно, что естественная монополия, основанная на субаддитивности издержек, представляет промежуточное звено между олигополистическим рынком и рынком абсолютной монополии: “совершенная конкуренция - монополистическая конкуренция - олигополия - естественная монополия, основанная на субаддитивности издержек, - абсолютная монополия”.

До сих пор мы рассматривали первый подход к определению понятия “естественная монополия”, классифицированный нами как неоклассический. Как уже отмечалось, для неоклассического подхода характерно рассмотрение фирмы как производственной (технологической) единицы, деятельность которой описывается производственной функцией. К недостаткам неоклассической теории фирмы относят ряд ее опорных предпосылок - заданность условий деятельности (совершенство/симметричность информации, полная рациональность поведения, стабильность цен), игнорирование особенностей внутренней организации (организационная структура, внутрифирменное управление), отсутствие альтернативности в выборе решений. Эти и другие недостатки неоклассической теории заставили ученых-экономистов искать новые направления в анализе сущности и механизма реализации фирмы. Таким направлением стал неоинституционализм.

Неоинституциональная теория фирмы исходит из того, что фирма является сложной иерархической структурой, действующей в условиях рыночной неопределенности, и главная задача анализа связана с объяснением поведения фирмы в системе дорогостоящей и неполной информации.

Новая теория фирмы повлияла на определение естественной монополии, сделав акцент на характерных для нее барьерах входа-выхода. Поэтому к неоинституциональному подходу в определении естественной монополии мы отнесем следующее определение: “Под естественной подразумеваются монополия, которая существует на основе барьеров, обусловленных особенностями производства и реализации продукции”<sup>1</sup>.

Сравнительный анализ определений естественной монополии, предлагаемых неоклассической и неоинституциональной школами, позволяет судить об их близости. Оба подхода используют категориальный (термин “барьеры входа-выхода” впервые был введен представителем неоклассического направления Д. Бэйном) и методологический аппарат (индивидуализм, рациональный максимизирующий выбор, статичность анализа) неоклассики. С этой точки зрения, закономерным является вопрос о правомерности отнесения определения естественной монополии через барьеры входа-выхода к неоинституциональному подходу или, более конкретно, о правомерности рассмотрения данного определения как самостоятельного подхода к изучению данной категории.

По сути, новая институциональная экономическая теория является продолжением неоклассики, поскольку в различных формах ею используются философские (картезианство, логический позитивизм, атомизм, механицизм) и методологические (максимизация полезности, методоло-

гический индивидуализм, экономическое равновесие) предпосылки неоклассики. Все это объясняет сходство вышеуказанных определений естественной монополии. Хотя было бы не совсем корректно говорить о полной идентичности данных определений.

Как уже отмечалось выше, впервые термин “барьеры входа” был введен представителем неоклассического направления Д. Бэйном, который определял барьеры как условия входа, при которых действующая фирма может устанавливать цену выше минимума средних издержек производства и реализации без привлечения в данную отрасль новых фирм.

Дальнейшее развитие термин “барьеры входа-выхода” получил в работах Д. Стиглера, Д. Фергюсона и др. У Д. Стиглера барьеры входа - это издержки производства, с которыми сталкиваются новые фирмы, но которые не несут уже действующие в отрасли фирмы. Д. Фергюсон определяет барьеры как факторы, которые обеспечивают неприбыльность входа в отрасль, несмотря на возможность действующей в рамках отрасли фирмы устанавливать цены, превышающие предельные издержки, и извлекать устойчивый монопольный доход.

Анализ вышеприведенных определений может создать впечатление, что понятие “барьеры входа-выхода” не связано с неоинституциональной теорией, поскольку в рассмотренных определениях акцент делался на таких характерных для неоклассического подхода категориях, как издержки, цена, норма дохода, прибыль. С этой точки зрения, закономерным является вопрос о том, на каком основании мы классифицируем определение естественной монополии через барьеры входа-выхода как неоинституциональный подход к изучению данной категории. Для ответа на поставленный вопрос рассмотрим понятие “барьеры входа-выхода” подробнее.

Принято различать два типа входных барьеров<sup>2</sup>:

1) стратегические, создаваемые стратегией самой фирмы, ее поведением;

2) нестратегические (структурные), выступающие для любых хозяйствующих субъектов как внешняя данность и связанные с фундаментальными условиями функционирования отрасли.

Очевидно, что “барьеры, обусловленные особенностями производства и реализации продукции” даже в самом широком смысле можно отнести только к нестратегическим барьерам, поэтому мы рассмотрим более подробно только нестратегические барьеры. Обычно выделяют следующие виды нестратегических барьеров входа в зависимости от источника возникновения барьеров:

1) административные (правительственные) - правообеспеченные ограничения на ведение определенных видов деятельности (лицензирование, квотирование, сертификация, нормы контроля, регламенты и пр.) со стороны государственных органов;

2) гражданские - ограничения на ведение определенных видов деятельности (правила и стандарты профессиональной деятельности) со стороны различных гражданских объединений, в том числе и криминальных структур;

3) социально-экономические - ограничения на ведение определенных видов деятельности, связанные с емкостью рынка, объемом первоначальных инвестиций, необходимых для входа на рынок, абсолютными и относительными преимуществами укоренившихся фирм в уровне затрат.

Первые два вида нестратегических барьеров входа (административные и гражданские) можно отнести к институциональным барьерам входа на основании их определения как различных форм институтов (правил, традиций, обычаев, правовых норм и т.д.). Данные виды входных барьеров могут наблюдаться практически в любой сфере бизнеса, в том числе и на естественно-монопольных рынках, для которых они, однако, не являются основными видами барьеров.

Более характерными и специфичными для естественной монополии являются социально-экономические барьеры входа, т.е. барьеры, связанные с емкостью рынка, объемом первоначальных инвестиций, требуемых для входа на рынок, с абсолютными и относительными (субаддитивность издержек) преимуществами укоренившихся фирм в уровне затрат. Тот факт, что наиболее характерный для естественной монополии вид барьеров входа выражен в неоклассических категориях, возвращает нас к вопросу о правомерности классификации определения естественной монополии через барьеры входа-выхода как неоинституционального подхода к изучению данной категории. Если бы естественная монополия была определена только через административные и гражданские барьеры, то подобный вопрос бы не возник.

Для того чтобы ответить на поставленный нами вопрос, определимся в том, что общего есть у рассмотренных нами видов нестратегических входных барьеров. Общее заключается в том, что любые барьеры входа представляют различия, асимметрии в возможностях, которыми обладают фирмы-инсайдеры и аутсайдеры. Именно так впервые определил барьеры входа Г. Демсец.

Помимо барьеров входа, существуют барьеры выхода, под которыми понимаются все факторы объективного или субъективного характера, препятствующие фирме без существенных потерь уйти из отрасли. Барьеры выхода связаны с наличием в отрасли значительных необратимых издержек, которые делают невозможным уход фирмы из отрасли без потерь. Барьеры выхода характерны для естественной монополии в связи с высокими необратимыми издержками вследствие исключительной специфичности активов.

В связи с тем что барьеры выхода создают дополнительные барьеры входа в отрасль, они также могут рассматриваться как различия, асимметрии в возможностях, которыми обладают фирмы-инсайдеры и аутсайдеры.

Осознание и принятие того факта, что любой вид барьеров, в том числе и выраженный через категории неоклассической теории, представляет некую асимметрию в возможностях, позволяет нам классифицировать определение естественной монополии через барьеры входа-выхода как неоинституциональный подход к изучению данной категории. Данная позиция обусловлена тем, что именно неоинституциональная теория впервые заявила, что экономические агенты действуют в мире, полном риска и неопределенности, в условиях дорогостоящей, неполной (асимметричной) информации и изначально неравных возможностей; тогда как неоклассическая теория исходит из заданности условий деятельности (совершенства/симметричности информации и равных возможностей).

Методологическая близость неоинституционализма и неоклассики объясняет сходство в определении категории “естественная монополия”. Но поскольку неоинституционализм, признавая родство с неоклассикой, заявляет о себе как о самостоятельной, становящейся исследовательской



программе, логично ожидать от неоинституционализма подхода к рассмотрению естественной монополии, адекватного именно неоинституциональному методологическому и категориальному аппарату. Соответственно, новое определение естественной монополии может быть выражено непосредственно через такие категории, как “институт”, “контракт”, “транзакционные издержки”, “оппортунистическое поведение” и т.д.

В качестве примера неоинституционального определения естественной монополии мы предлагаем следующее: естественная монополия - институт, транзакционные издержки которого настолько высоки по сравнению с издержками контроля, что это делает производство продукции (товаров, услуг) в рамках одной фирмы более эффективным, чем в рамках двух и более фирм. При этом нельзя не отметить, что в случае если представители неоинституционализма решатся на рассмотрение естественной монополии именно через призму соотношения транзакционных издержек и издержек контроля, то они столкнутся с весьма серьезной проблемой измерения, количественной оценки данных видов издержек. Наиболее остра данная проблема в отношении транзакционных издержек, поскольку само по себе это достаточно сложное понятие. Кроме того, до сих пор отсутствует согласие между экономистами о перечне наиболее важных элементов транзакционных издержек. Поэтому и научных исследований, посвященных количественной оценке транзакционных издержек, очень мало.

---

<sup>1</sup> *Шаститко А.Е.* Альтернативные формы экономической организации в условиях естественной монополии. М., 2000. С. 13.

<sup>2</sup> *Третьяк В.П.* Анализ отраслевой организации рынков // Рос. экон. журн. 2001. □ 10. С. 64-68.

*Поступила в редакцию 07.05.2010 г.*

---

---

# ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ИНТЕРЕСЫ И ИХ ПРОТИВОРЕЧИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

© 2010 Е.А. Михайлова

Самарский государственный экономический университет

E-mail: 2427994@mail.ru

Рассматривается содержание экономических и институциональных интересов, их проявление и противоречия в глобальной экономике.

*Ключевые слова:* экономические отношения, экономические интересы, институциональные отношения, институциональные интересы, глобализация, противоречия интересов, постиндустриальные страны, слаборазвитые страны.

Современная система международных экономических отношений и интересов развивается в условиях глобализации, которая оказывает огромное влияние на трансформацию системы экономических и институциональных интересов. Реализация экономических интересов субъектов международных экономических отношений связана с получением доходов, что ведет к появлению противоречий между участниками отношений, росту трансакционных издержек, к возникновению международных конфликтов. Глобализация мировой экономики усиливает и обостряет данные процессы. Необходимо формирование такого институционального порядка, который обеспечивал бы всем субъектам международных экономических отношений реализацию их экономических интересов и способствовал бы разрешению противоречий между ними. Существует потребность в создании институтов глобализации, складываются отношения по поводу данных институтов - институциональные отношения, возникает заинтересованность в тех или иных институтах, формируется система институциональных интересов участников международных экономических отношений в условиях глобализации. Все вышесказанное обуславливает актуальность исследования проблем реализации экономических и институциональных интересов на международном уровне, изучения форм проявления данных интересов, противоречий между ними и поиска путей разрешения этих противоречий.

Экономические интересы - деятельное, избирательное и оценочное проявления экономических отношений в действиях их субъектов. Экономические интересы характеризуют направленность действий субъектов экономических отношений в процессе функционирования экономики. В рыночных условиях экономические интересы реализуются через доходы. Институциональные интересы заключаются в активных целенаправленных действиях субъектов по выработке выгодных правил, порядка, рамок экономической деятельности. В результате действий субъектов по поводу формирования, функционирования и развития институтов создаются институциональные условия для реализации экономических интересов<sup>1</sup>.

Необходимость исследования экономических и институциональных интересов на международном уровне подчеркивается в ряде публикаций<sup>2</sup>. Все субъекты международных экономических отношений заинтересованы в институтах, которые обеспечивали бы стабильный мировой порядок, максимизирующий их доходы и минимизирующий общие трансакционные издержки.

Объективной центристремительной силой, способной сдерживать конкурирующие экономические интересы, становится общий институциональный интерес. Под ним понимается заинтересованность всего мирового сообщества или его большинства в существовании унифицированного институционального порядка, системно реализующего экономические интересы участников международных экономических отношений. В то же время у субъектов международных экономических отношений, в первую очередь, государств, транснациональных корпораций (ТНК), транснациональных банков (ТНБ), возникают собственные институциональные интересы, которые проявляются в заинтересованности в формировании международных институтов, способствующих реализации их эгоистических экономических интересов, часто в ущерб экономическим интересам других членов мирового экономического сообщества.

Государство как хозяйствующий субъект является носителем не только экономических, но и институциональных интересов, направленных на создание наиболее благоприятной институциональной среды функционирования всех национальных факторов производства. Институциональные интересы государства состоят в создании системы институтов, обеспечивающих участникам экономической деятельности условия максимизации доходов и снижения трансакционных издержек. Это тот источник поведения, который побуждает государства к преобразованию или сохранению существующего институционального порядка в мире. Глобальные институциональные интересы государства, с одной стороны, направлены на создание системы институтов, которая в рамках единого экономико-информационного пространства обеспечивала бы реализацию экономических интересов всех членов мирового сообщества. С другой стороны, это могут быть интересы в формировании и поддержании международных институтов, обеспечивающих преимущества отдельным государствам. Разрешением данного противоречия является формирование единого интереса в создании глобального институционального пространства, дающего возможность оптимизировать доходы и снизить до минимума трансакционные издержки всем участникам международных экономических отношений.

Глобализация мировой экономики связана с переходом человечества от индустриальной стадии развития к постиндустриальной. Происходит глобальная интернационализация производства вследствие превращения информации и знаний в его самостоятельные движущие силы. Изменение характера взаимодействия факторов постиндустриального производства определяет процессы глобализации и обуславливает необходимость применения новых форм реализации экономических и институциональных интересов<sup>3</sup>.

Изменения в системе экономических и институциональных интересов в условиях глобализации связаны с трансформациями в непосредственном процессе постиндустриального производства, в новом характере взаимодействия факторов производства под влиянием инновационных технологий. Новый технологический способ производства является материальной основой широкого процесса глобализации мировой экономики. Создается единое общемировое экономическое и информационное пространство, повышающее эффективность распределения и взаимодействия факторов производства, и формируются новые экономические и институциональные интересы.

Процесс глобализации связан с развитием информационных технологий, которые становятся интернациональными. Основой этой глобальной трансформации являются изменения в составе и характере взаимодействия элементов системы факторов производства. Для того чтобы стать непосредственной производительной силой, информация должна превратиться в систему интернационального знания. Экономика знаний в развитых странах характеризуется непрерывным увеличением доли фактора знаний в конечной стоимости товаров и услуг, повышением количества работников, занятых обработкой и передачей информации. Если в начале 1980-х гг. в США доля таких работников составляла 45% всех занятых в экономике, то в 2010 г. этот показатель достигнет, по прогнозным оценкам, 60-70 %.

Трансформация во взаимодействии факторов производства приводит к закономерным изменениям в системе экономических и институциональных интересов на международном уровне. Таким образом, формируется противоречивая система интересов субъектов мирового хозяйства.

Существующая разобщенность интересов государств определяется, прежде всего, неравномерным территориальным распределением мировых факторов производства. Социально-экономическое благополучие государства напрямую зависит от возможности использования национальной экономикой всей совокупности факторов современного производства. Поэтому институциональные интересы государств заключаются в создании наиболее благоприятного режима привлечения каких-либо дефицитных ресурсов. Но в условиях общего глобального дефицита традиционных и потенциально пригодных ресурсов межгосударственные противоречия усиливаются. Наиболее рациональным выходом из этой ситуации является формирование не просто унифицированных институтов, а механизма сближения уровней социально-экономического развития стран. Координация усилий государств в этом направлении требует предварительной выработки предельно общих и универсальных интересов, ценностей и целей дальнейшей глобализации.

Важнейшей задачей в условиях глобализации экономики является, таким образом, формирование единого институционального пространства. В этом проявляется общий глобальный институциональный интерес. В значительной степени неудачи экономической интеграции (в частности, в рамках СНГ) объясняются тем, что ее участники нацелены только на реализацию своих экономических интересов, а не на создание институтов глобального пространства.

В настоящее время институты глобализации служат преимущественно реализации интересов государства членов Организации экономического сотрудничества и развития. Эти страны, уже вступившие на стадию постиндустриализации, представляющие две трети мировой экономики, заинтересованы в существующей форме глобализации и стремятся сохранить это качество. В результате плодами глобализации пользуются не более 25% населения Земли. До настоящего времени в результате глобализации реализуются экономические и институциональные интересы, прежде всего, развитых и насыщенных человеческим капиталом стран, что вызывает противоречия между интересами различных групп государств и требует изменения институционального порядка в мире.

Сохранение существующего институционального порядка и высоких трансакционных издержек в глобальном институциональном простран-

стве препятствует гармоничному развитию процессов глобализации. Это в конечном счете не отвечает интересам и самих постиндустриальных государств, что проявилось в условиях современного экономического и финансового кризиса. То, что институты, существующие в мировом экономическом пространстве, отражают интересы, прежде всего, развитых в социально-экономическом отношении государств, в конечном счете противоречит и интересам самих этих стран. Стремление отдельных государств к реализации своих экономических интересов в ущерб другим странам ведет к обострению межгосударственных противоречий и ожесточенной борьбе за ограниченные ресурсы и глобальную справедливость.

Для гармоничного развития процесса глобализации необходимо создать институциональную среду, способствующую информатизации всего мирового экономического пространства, повсеместному распространению фактора знаний и стимулирующую переход развивающихся стран на постиндустриальную стадию. Институциональный порядок в условиях глобализации обязан за счет удовлетворяющих всех ее субъектов единых “правил игры” обеспечивать реализацию экономических и институциональных интересов всех членов мирового сообщества. Институты глобализации должны обеспечить соответствие факторов производства новому технологическому способу производства. Разрешение противоречий между интересами постиндустриальных и слаборазвитых стран зависит от того, насколько фактор знаний будет оказывать влияние на производственные процессы в последних.

Важнейшей задачей, стоящей в настоящее время перед всем мировым сообществом в целом и странами большой двадцатки в частности, является формирование нового мирового экономического порядка не просто как очередной системы международных отношений, а как более или менее целостного мироустройства, базирующегося на единых интересах и ценностях. Экономика, политика, право, социальные отношения, модели поведения, вовсе не становясь тождественными, должны приобрести значительную совместимость.

Трансформация во взаимодействии факторов производства, влияя на процессы глобализации, закономерно приводит к изменениям в системе экономических и институциональных интересов на международном уровне. Происходит формирование механизмов взаимодействия экономических и институциональных интересов субъектов мировой хозяйственной деятельности - национальных интересов государств, локальных совместных интересов ряда государств, интересов мирового сообщества.

Транснациональные системы экономических и институциональных интересов, связей и отношений, развивающиеся в различных сферах жизни, все более преодолевают государственные границы, создают новые общности и институты. Взаимодействие, взаимопроникновение, взаимозависимость национальных организмов начинают приобретать интенсивный и органичный характер. В результате формируется все более сложная и противоречивая система интересов различных субъектов мирового хозяйства.

Глобализация и порождаемые ею последствия подвергают испытанию на прочность и адаптивность традиционные модели поведения, экономические и институциональные интересы всех субъектов экономической жизни, а также ценности, ориентации, предрассудки всех слоев населения. Эффективная реакция на вызовы глобализации включает в себя: улуч-

шение системы образования, рационализацию моделей потребления и накопления, усовершенствование во взаимоотношениях между государствами, а также повышение ответственности каждого отдельно взятого индивида.

Вступая в третье тысячелетие, человечество должно научиться управлять мировой системой сообща, исходя из принципа единой ответственности за судьбы мира, диктуемой обострением планетарных проблем, и решать возникающие проблемы только совместными усилиями.

Главной задачей, стоящей перед властными структурами сегодня, является обеспечение такой ситуации, при которой глобализация стала бы позитивным фактором для всех народов мира. Глобализация открывает широкие возможности, но ее благами сейчас пользуются весьма неравномерно и неравномерно распределяются ее издержки. Развивающиеся страны и страны с переходной экономикой сталкиваются с особыми трудностями в плане принятия мер в связи с решением этих проблем. Глобализация может обрести полностью всеохватывающий и справедливый характер лишь через посредство широкомасштабных и настойчивых усилий по формированию общего порядка, реализующего экономические и институциональные интересы всех субъектов международных экономических отношений. Эти усилия должны включать политику и меры на глобальном уровне, которые отвечали бы потребностям развивающихся стран и стран с переходной экономикой и которые разрабатывались бы и осуществлялись при их эффективном участии.

Процесс глобализации происходит через транснациональные корпорации - один из важнейших институтов современного мирового экономического и политического развития. ТНК играют, как известно, ведущую роль в экономике и развитых, и развивающихся государств. Нередко последним ТНК диктуют условия развития.

Значение транснациональных корпораций в системе современных международных экономических отношений трудно переоценить. Для промышленно развитых стран именно зарубежная деятельность их ТНК во многом определяет характер внешнеэкономических связей. Политическая и экономическая роль транснациональных корпораций превращает их в ведущие институты воздействия промышленно развитых стран на многие регионы мира. Отсюда следует вывод, что политика, направленная на транснационализацию крупнейших отечественных корпораций, становится осознанной целью деятельности государств в мировой экономике. И это должно стать одной из стратегических задач России в условиях глобализации. Необходимо активно развивать и поддерживать деятельность транснациональных корпораций России как в странах СНГ, так и на всем международном экономическом пространстве. Стратегия ТНК основана на глобальном подходе, предусматривающем оптимизацию результата не для каждого отдельного звена, а для объединения в целом. Благодаря своей организационной структуре ТНК удалось прочно укрепиться в системе международных экономических отношений.

Господство в глобальной экономике ТНК означает, что формирование главных пропорций общественного воспроизводства в мировом масштабе является результатом проводимой ими стратегии экономического развития. Международные компании довольно часто проводят согласованную политику в области капиталовложений, и это определяет ключевые направления развития мировой экономики.

ТНК, с одной стороны, заинтересованы в дальнейшей либерализации и демократизации мирового экономического пространства, с другой - законы свободного рынка, действующие в глобальном масштабе, не работают внутри ТНК, где фактически реализуется плановое хозяйство, устанавливаются внутренние цены, определяемые стратегией корпорации, а не рынком. Данное противоречие характерно и для процесса глобализации, движущей силой которого, с одной стороны, является либерализация и интернационализация, а с другой - желание перераспределения сфер экономического влияния и установления нового экономического порядка в мире.

Вопросы открытия экономики, увеличения объемов иностранных инвестиций, привлечения иностранных компаний на внутренний рынок тесно увязываются с проблемами национальной безопасности. Это в настоящее время является серьезным препятствием для развития процессов глобализации, и в будущем можно ожидать усиления данной тенденции, если не будут созданы соответствующие мировые институты, дающие определенные гарантии национальной безопасности.

Объективным выходом из сложившейся ситуации является создание институциональной среды, обеспечивающей функционирование единого экономического и информационного пространства для реализации экономических и институциональных интересов всех или большинства государств. Интерес в координации своих действий для более эффективного сотрудничества приводит к возникновению общего институционального интереса. Реализация его, как правило, предполагает ущемление некоторой части своих сиюминутных интересов для того, чтобы получить выгоды от сотрудничества.

Институциональный интерес государства обладает относительной самостоятельностью. Сложности и перипетии взаимодействия интересов разных государств с общим интересом мирового сообщества создают возможность самостоятельной формы существования институционального интереса, воплощающегося в этом случае в образе надгосударственного образования. Примером такого образования служат Евросоюз, Всемирная торговая организация и, может быть, в будущем "большая двадцатка".

Содержание институционального интереса государства формируется, главным образом, в результате взаимодействия интересов различных стран мирового сообщества. Однако сочетание институциональных интересов отдельных стран и институциональных интересов мирового сообщества наступает лишь в определенный момент развития и целого - сообщества, и его интегральной части - отдельного государства.

Совпадение институциональных интересов отдельных государств с интересами мирового сообщества дает импульс интенсивному развитию, поскольку их деятельность не расходится в главном, определяющем с магистральным направлением общественного развития.

Институциональные интересы отдельных государств, групп государств могут не совпадать с институциональным мировым интересом: осуществляя совокупный институциональный интерес, международные организации (особенно региональные) могут ущемлять частные институциональные интересы. К примеру, организация стран ОПЕК, защищая интересы своей организации (стран-участниц), очень часто ущемляет интересы стран - импортеров нефти.

Наш анализ проблемы взаимодействия национальных и глобальных интересов сводится к следующему. В основе институционального интере-

са лежит экономический интерес - получение большего дохода. И в соответствии с этим государственный институциональный интерес в развитии межгосударственных отношений состоит в создании системы наиболее благоприятных условий национальной внешнеэкономической деятельности. Но поскольку к этому стремится каждая страна, необходима сила, сглаживающая неизбежные противоречия. Этой силой и является общий институциональный интерес, заключающийся в выравнивании качества жизни. Особенно ярко двойственная природа национального институционального интереса проявляется в ЕС, где каждая страна изначально имела достаточно высокий уровень развития, стремилась “захватить” большую долю рынка. Но усиление США особенно в послевоенный период, вызвало консолидацию в Европе и необходимость интеграции ее факторов производства для более масштабного экономического развития.

В процессе глобализации возможна реализация экономических и институциональных интересов государства, создание единых правил осуществления экономической деятельности на международном уровне, сокращение, вследствие этого, мировых транзакционных издержек каждой страны и соответствующие увеличения доходов всех членов мирового сообщества.

---

<sup>1</sup> См.: *Михайлов А.М.* Природа экономических и институциональных интересов // Экон. науки. 2004. □ 8; *Его же.* Реализация экономических и институциональных интересов собственников факторов производства: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. Самара, 2009.

<sup>2</sup> См.: *Иванова Н.И.* Развитие основ международной торговли // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. 2006. □ 7; *Михайлов А.М.* Структура иностранных инвестиций в экономику России как отражение экономических интересов иностранных инвесторов // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. 2006. □ 7; *Его же.* Роль глобализации в реализации экономических и институциональных интересов государства // Экон. науки. 2006. □ 12.

<sup>3</sup> *Михайлов А.М.* Влияние на процессы глобализации трансформации взаимодействия факторов производства в постиндустриальном обществе // Экон. науки. 2008. □ 6.

*Поступила в редакцию 07.05.2010 г.*



---

---

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВЫГОДЫ ЛИЗИНГА ПЕРЕД КРЕДИТОМ

© 2010 М.С. Бирюков

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: [mischelika@mail.ru](mailto:mischelika@mail.ru)

В статье рассмотрены экономические выгоды лизинга в сравнении с классическим кредитом, приводятся конкретные примеры, вся информация подкреплена наглядными таблицами, схемами и диаграммами. Представлены варианты экономии на налогах и сборах при использовании лизинга.

*Ключевые слова:* лизинг, кредит, экономические выгоды, налог на имущество, налог на прибыль.

Для принятия руководством компании обоснованного управленческого решения при выборе варианта реализации инвестиционного проекта, связанного с производственно-техническим развитием предприятия, необходимо учитывать те преимущества, которые предлагает механизм использования финансового лизинга.

Традиционно на практике вариант финансового лизинга сравнивается с вариантом использования схемы банковского кредитования, т.е. когда для приобретения основных фондов покупатель самостоятельно за счет полученных от банка средств оплачивает стоимость приобретаемого имущества. Это сравнение обусловлено определенной схожестью двух финансовых инструментов.

Сравнение кредита и лизинга рассмотрим с точки зрения выгоды для конечного заемщика - лизингополучателя. Сравнение может быть сведено к одному показателю: потоку денежных средств при одном и при другом методе финансирования инвестиционного проекта. Такой показатель, как размер выплат конечного заемщика по кредиту или по лизингу, недостаточен для сравнения этих сделок. Данный показатель (размер выплат) не включает платежи по налогам, которые оказывают существенное влияние на денежный поток заемщика. При проведении сопоставительного анализа следует исходить из того, что оба метода имеют свои плюсы и минусы, которые нужно учитывать при проектировании сделки.

Достоинства и недостатки обоих методов инвестирования в основные средства связаны прежде всего с режимом налогообложения (налоговым статусом) всех участников сделки по каждому из рассматриваемых вариантов. Стоимость лизинга может быть меньше или равной стоимости кредита только при наличии определенных налоговых льгот. Кроме того, учитываются юридические условия реализации инвестиционных проектов, т.е. те порядки, которые регулируют отношения по поводу прав собственности (владение и пользование при лизинге либо полное право собственности, включающее и распоряжение имуществом, при кредите).

До введения в действие гл. 25 Налогового кодекса РФ расчеты показывали, что финансовый лизинг - более выгодный способ приобретения оборудования по сравнению с его покупкой за счет полученного кредита. Так, по оценке специалистов компании "Инкомлизинг", при сроке лизинга в 5 лет экономичность лизинговой схемы по сравнению с кредитной составляла 10,6 %, а по сравнению с покупкой за счет собственных

средств достигает 14 %. По расчетам компании “Продмашлизинг”, предприятию, осуществляющему операцию закупки оборудования, схема лизинга давала значительную экономию средств, и фактическая стоимость закупленного оборудования могла быть ориентировочно снижена до 20%.

В соответствии с действующими российскими законодательными и нормативно-правовыми актами, а также обычаями делового оборота к наиболее существенным экономическим выгодам от использования лизинга можно отнести следующие.

**- Экономия налога на имущество.**

Законодательство позволяет организациям самостоятельно устанавливать срок бухгалтерской амортизации основных средств. За основу берется срок полезного использования компанией основного средства, т.е. срок, в течение которого организация использует основное средство и извлекает с его помощью прибыль. На практике, как правило, компании устанавливают срок бухгалтерской амортизации не менее срока налоговой амортизации основного средства.

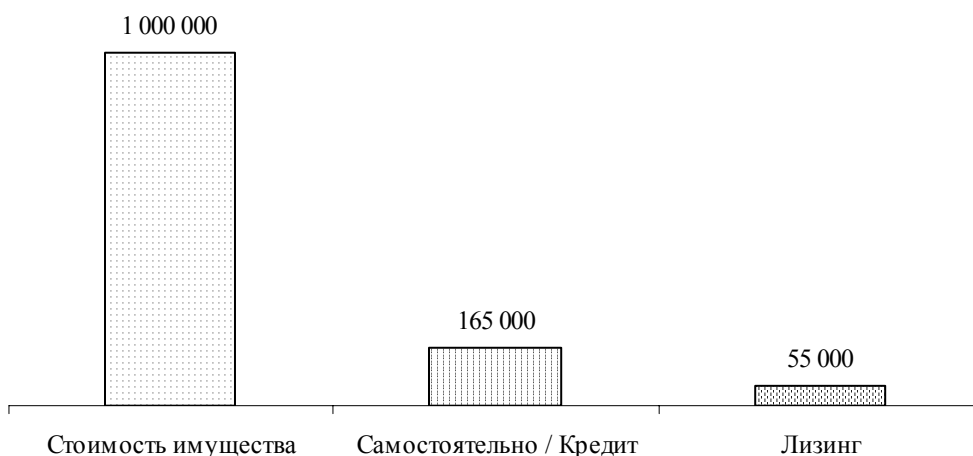
Так как срок полезного использования предмета лизинга - это срок договора лизинга, то и срок бухгалтерской амортизации устанавливается равным сроку договора лизинга. Вместе с тем срок договора лизинга определяется исходя из срока налоговой амортизации.

Поскольку для лизингового имущества предусмотрен специальный коэффициент, применяемый к норме налоговой амортизации, может, соответственно, устанавливаться срок договора лизинга и бухгалтерской амортизации. На практике это приводит к экономии налога на имущество (рис. 1). Размер экономии зависит от применяемого коэффициента. Максимальная экономия налога на имущество - в 3 раза - достигается при применении максимального значения коэффициента 3.

Таким образом, приобретая самостоятельно (независимо от источника финансирования) имущество со сроком полезного использования 15 лет, организация ставит его на баланс и амортизирует в течение 15 лет. Приобретая такое же имущество в лизинг, организация может установить срок амортизации 5 лет за счет применения коэффициента ускоренной амортизации 3.

**- Экономия налога на прибыль.**

Собственники имущества вправе устанавливать срок налоговой амортизации в рамках срока, установленного для амортизационной группы, к которой относится основное средство.



**Рис. 1. Экономия налога на имущество**

При приобретении имущества в лизинг для амортизационных групп, за исключением 1-3 групп, действует специальный коэффициент - до 3, что позволяет максимально в 3 раза сократить налоговую "жизнь" основного средства (с 15 лет до 5 лет при лизинге / с 7 лет до 2 лет и 4 месяцев при лизинге и т.д.).

В течение срока договора лизинга лизинговые платежи, включающие и капитал, и процент, а также аванс (часть капитала) в полном объеме относятся на себестоимость, значит, уменьшают налогооблагаемую прибыль организации. За срок договора лизинга лизингополучатель уменьшает налогооблагаемую прибыль за счет ускоренной налоговой амортизации на 100% от первоначальной стоимости имущества, в то время как при обычной налоговой амортизации за тот же срок налогооблагаемая прибыль уменьшается только на 33,3% от первоначальной стоимости основного средства, т.е. разница составляет 66,7%.

Таким образом, в течение срока договора лизинга действующая ставка налога на прибыль 20% позволяет достичь экономии этого налога на 13,3% ( $66,7\% \cdot 20\%$ ) от первоначальной стоимости имущества.

**- Позиция по НДС.**

При самостоятельной покупке основного средства организация перечисляет поставщику цену имущества, в том числе НДС. При принятии к учету этого основного средства у организации возникает право на возмещение НДС из бюджета в течение соответствующего налогового периода. Налоговый период по НДС в России - это квартал. Если НДС к уплате (НДС с выручки и авансов от клиентов) меньше суммы НДС к возмещению из бюджета в течение налогового периода, то у организации возникает позиция НДС к возврату по соответствующему периоду. Как прави-



Рис. 2. Экономия по НДС

ло, за этим следуют налоговая проверка и последующий судебный процесс, так как налоговые органы очень неохотно идут на возврат НДС из бюджета. Этот процесс, в среднем, занимает 1,5 года и сопровождается дополнительными затратами: денежными, временными, дополнительного персонала. Как следствие, налицо упущенная выгода. Вместе с тем в течение всего этого срока компания продолжает уплачивать НДС в бюджет на общих основаниях.

При приобретении в лизинг организация платит НДС в составе лизинговых платежей в течение срока договора лизинга. При этом НДС к возмещению возникает с сумм лизинговых платежей, относящихся к соответствующему налоговому периоду. Выручки, полученной организацией за налоговый период, как правило, достаточно для зачета НДС к возмещению за соответствующий налоговый период (см. рис. 2).

**- Остаточная стоимость предмета лизинга.**

В конце договора лизинга лизингополучатель имеет право приобрести предмет лизинга по остаточной стоимости, указанной в договоре лизинга. Как правило, остаточная стоимость составляет не более 10% от первоначальной стоимости основного средства, а в большинстве случаев приближена к 0% (1 руб. / евро / долл.). Это достигается за счет сопоставимости срока финансового лизинга с полной амортизацией имущества (рис. 3).

|   | Лизинг              | Кредит/Самостоятельно |
|---|---------------------|-----------------------|
| <b>Стоимость имущества</b>                          | <b>3 000 000,00</b> | <b>3 000 000,00</b>   |
| Срок амортизации                                    | 2 года 4 месяца     | 7 лет                 |
| Срок договора лизинга                               | 2 года 4 месяца     | -                     |
| <b>Остаточная стоимость</b>                         | <b>0,00</b>         | <b>-</b>              |
| Налоговая стоимость стоимость через 2 года 4 месяца | 0,00                | 2 000 000,00          |
| Балансовая стоимость через 2 года 4 месяца          | 0,00                | 2 000 000,00          |

**Рис. 3. Остаточная стоимость предмета лизинга**

В конце договора лизинга, после выплаты всех платежей по договору лизинга, лизингополучатель становится собственником предмета лизинга на основании договора купли-продажи, соответственно, получает право распоряжаться имуществом по своему усмотрению: продолжать пользоваться, продать, подарить и т.д.

Если организация, став собственником имущества, решит продолжать использовать основное средство по назначению (особенно этот выбор относится к производственным мощностям и оборудованию), то уже с помощью собственного актива (не платя за пользование) будет продолжать извлекать прибыль.

Поскольку имущество в момент постановки на баланс имеет незначительную бухгалтерскую стоимость (в нашем случае она равна остаточной стоимости), организация избавляет себя от бремени уплаты налога на имущество по окончании бухгалтерской “жизни” основного средства.

Став собственником имущества (особенно это относится к легковым транспортным средствам), организация может использовать это имущество для поощрения и (или) мотивации сотрудников компании, т.е. подарить транспортное средство сотруднику. На практике часто транспортные средства, приобретаемые для первых лиц компании в лизинг, впоследствии становятся собственностью этих первых лиц.

Еще один способ распорядиться имуществом, став его собственником (в большей степени этот выбор приходится на любые транспортные средства и некоторое оборудование), - это продать. Причем продать можно

как сотрудникам компании, так и другим заинтересованным лицам. Рыночная стоимость имущества после окончания договора лизинга будет значительно выше балансовой.

**- Экономическое преимущество.**

Сравнивая способы приобретения, нельзя не остановиться на сопоставлении окончательной стоимости продукта для компании при прочих равных.

|   | Лизинг                | Кредит                | Самостоятельно        |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Обеспечение                             | -                     | 150 - 200%            | -                     |
| Стоимость имущества                     | 100 000,00 USD        | 100 000,00 USD        | 100 000,00 USD        |
| Аванс                                   | 45 000,00 USD         | 45 000,00 USD         | -                     |
| Сумма финансирования                    | 55 000,00 USD         | 55 000,00 USD         | -                     |
| Остаточная стоимость                    | 1,00 USD              | -                     | -                     |
| Срок лизинга/кредита                    | 5 лет                 | 5 лет                 | -                     |
| Срок амортизации                        | 60 месяцев            | 180 месяцев           | 180 месяцев           |
| <b>Ставка финансирования</b>            | <b>19,3315%</b>       | <b>14,4643%</b>       | <b>-</b>              |
| Ежемесячный платеж                      | 1 436,77 USD          | 1 293,02 USD          | -                     |
| Административное вознаграждение         | 1 500,00 USD          | 1 500,00 USD          | -                     |
| Вознаграждение за окончание договора    | 500,00 USD            | -                     | -                     |
| Транспортный налог (250 л.с.)           | включен               | 3 125,00 USD          | 3 125,00 USD          |
| Налог на имущество                      | включен               | 16 500,00 USD         | 16 500,00 USD         |
| <b>ВСЕГО</b>                            | <b>133 207,20 USD</b> | <b>143 706,20 USD</b> | <b>119 625,00 USD</b> |
| <b>Годовое удорожание</b>               | <b>2,72%</b>          | <b>4,82%</b>          | <b>-</b>              |
| <b>Балансовая стоимость через 5 лет</b> | <b>1,00 USD</b>       | <b>66 667,00 USD</b>  | <b>66 667,00 USD</b>  |
| <b>Налог на прибыль за 5 лет</b>        | <b>-13 333,00 USD</b> | <b>-</b>              | <b>-</b>              |

**Рис. 4. Экономическое преимущество лизинга**

По общему и годовому удорожанию лизинг имеет явное преимущество перед кредитом (рис. 4). И это не принимая во внимание экономию налога на прибыль в течение срока договора лизинга, а также затраты ресурсов на возмещение НДС.

Сопоставляя экономическую целесообразность приобретения за собственные средства и в лизинг, конечно, на первый взгляд, приобретение напрямую у поставщика кажется выгоднее. Однако следует учитывать, что при приобретении за счет собственных средств организация выводит из оборота денежные средства, которые могла бы инвестировать для удовлетворения других потребностей компании.

При инвестиционном проектировании необходимо иметь в виду, что, несмотря на наличие большого количества преимуществ, лизинг имеет и некоторые недостатки по сравнению с кредитом:

- в частности, лизинг отличается повышенной сложностью организации сделки, которая обусловлена необходимостью согласования интересов большого количества ее участников;

- длительная по срокам продолжительность договора лизинга не всегда может быть согласована с периодом морального старения оборудования, используемого, например, в отраслях высоких технологий.

При проектировании лизинговой сделки необходимо учитывать, что, в отличие от схемы заимствования, проценты за кредит, которые уплачивает лизингодатель банку, платежи по страхованию имущества (если оно находится на балансе лизингодателя), которые являются составляющими

общей суммы лизинговых платежей, облагаются НДС. Законодательство допускает, чтобы уплаченный НДС был принят к возмещению. Однако для некоторых предприятий такой порядок не всегда может оказаться привлекательным, хотя бы потому, что требуется, пусть и краткосрочное, но отвлечение из оборота некоторой части денежных средств. Получая имущество по лизингу, предприятие приобретает право распоряжения этим имуществом, только выполнив все обязательства по договору лизинга и став собственником актива.

*Поступила в редакцию 08.05.2010 г.*

---

---

# ЛИЗИНГ НЕДВИЖИМОСТИ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ ЛИЗИНГА В РОССИИ

© 2010 А.В. Камский

Самарский государственный экономический университет  
E-mail: kamskiy\_84@mail.ru

Статья посвящена вопросу развития лизинга недвижимости в России, также рассмотрены основные механизмы проведения сделок по лизингу недвижимости. Проведено сравнение данного вида лизинга в России и за рубежом. Изложены проблемы функционирования лизинга коммерческой недвижимости.

*Ключевые слова:* лизинг, лизинг недвижимости, коммерческая недвижимость, финансовые аренды, лизинговые платежи.

Любая коммерческая деятельность требует офисных, складских или производственных площадей, и для нормальной работы предприниматели вынуждены платить немалые деньги за арендуемые помещения. Несмотря на снижение цен на недвижимость в последнее время, приобрести ее в собственность им зачастую не по силам. Особенно это касается малого бизнеса, для которого существующие арендные платежи на фоне падения прибыли иной раз ставят под вопрос само его существование.

Лизинг - нечто среднее между обычной арендой и традиционным кредитованием. Основное преимущество - свободное использование объектов аренды с извлечением из них или с их помощью прибыли и возможностью выкупа этих объектов по остаточной стоимости в конце срока действия договора. Для предпринимателей главная привлекательность лизинга заключается в оптимизации налогообложения. Правда, государство, по понятным причинам не заинтересованное в сокращении налогооблагаемой базы, не пускает эту сферу на самотек. На Западе не утихают дискуссии о природе лизинга и его регулировании, включая налогообложение, банкротство, учет и отчетность. Тем не менее, это не мешает лизингу бурно развиваться, включая строительную индустрию и сферу недвижимости. В последние годы лизинг стал заявлять о себе и в России.

В результате финансово-экономического кризиса сильно изменилась структура лизинга по предметам сделок: на первое место вышли авиатранспорт и железнодорожная техника.

Помимо указанных отраслей, ожидается, что движущей силой развития российского рынка станет и лизинг недвижимости.

Доля лизинга недвижимости в структуре российского рынка хотя и не превысила 6% в 2009 г., но с 2007 г. выросла в 3 раза. В сегменте недвижимости лизинг может стать альтернативой бизнес-ипотеке. Все больше компаний предпочитают покупать офисные и складские помещения по лизинговым схемам. Если в 2008 г. процент сделок с заключением договора лизинга составлял не более 1%, то по итогам 2009 г. данный показатель увеличился до 3%.

Каждый собственник бизнеса сам для себя выбирает, арендовать ему помещение или приобретать в собственность. Естественно, если компания динамична, планирует увеличивать штат или переезжать во все более престижные кварталы на каждом этапе развития, аренда предпочтитель-

нее - нет смысла принимать на баланс недвижимость, которая уже через год-два перестанет удовлетворять потребности фирмы. Но для бизнеса, выбравшего интенсивный путь развития, который на имеющейся ресурсной базе повышает результативность работы, не раздувает штат и не планирует переезжать с места на место, арендная плата за помещение - это "деньги на ветер".

Самым оптимальным способом обзавестись собственной недвижимостью для ведения бизнеса или организации производства является лизинг.

Несмотря на небольшой объем сделок по покупке объектов с использованием лизинговых схем, условия такого приобретения коммерческой недвижимости выгоднее, чем с привлечением инструмента ипотеки, особенно для компаний, ведущих производственную деятельность. Базовые условия лизинга коммерческой недвижимости выглядят следующим образом: авансовый платеж может составлять от 5 до 20% от стоимости здания, срок лизинга - от 3 до 7 лет. Сооружение страхуется на весь срок лизинга в обязательном порядке. Последний платеж вносится в размере 10% от общей суммы займа и выплачивается после заключения основного договора купли-продажи в момент передачи объекта его будущему владельцу. Лизинговые платежи выплачиваются лизингополучателем по заранее оговоренному графику, который может быть, по выбору клиента, аннуитетным, регрессивным, ускоренным.

По системе лизинга можно приобрести самую разнообразную недвижимость, будь то офис, склад, производственный цех или база отдыха. Теоретически возможно приобрести и квартиру для последующей сдачи в аренду. Дело в том, что по закону предмет лизинга может использоваться только для предпринимательской деятельности - физическое лицо не может взять имущество в лизинг. Например, если предприятие выкупило несколько этажей в доме, не переводит их в нежилой фонд и сдает по найму, причем для предприятия это бизнес, то в таком случае жилое помещение может быть объектом лизинга.

Главное требование для лизингополучателя - это осуществление предпринимательской деятельности, т.е. необходимо, чтобы он был зарегистрирован как частный предприниматель или как юридическое лицо. Требования лизинговых компаний очень простые: клиенту надо показать, что он сможет оплачивать лизинговые платежи в срок. Приветствуется, чтобы не было плохой кредитной истории и просрочки по уплате налогов.

Получить кредит в банке на крупную сумму достаточно сложно. Банки скованы массой регламентов, законом. Необходимо предоставить массу справок, нередко требуется поручительство и дополнительное обеспечение кредита. В лизинговых компаниях такие ограничения отсутствуют, они рассматривают только платежеспособность заемщика, а залогом служит приобретенное в лизинг имущество.

Договор на лизинг недвижимости заключается на срок до 5 лет. В случае если речь идет о крупной сделке, то через год этот договор можно пролонгировать еще на 2 года. Фактически такие договоры на объекты недвижимости можно заключить на срок до 7 лет. Услуги лизинговых компаний рассчитываются по следующей схеме: это стоимость имущества плюс проценты по банковскому кредиту, плюс налог на имущество, плюс маржа лизинговой компании, которая варьируется от 1,5 до 4%. При 20%-ном авансе реально получить лизинг под 7-8% удорожания в год по госпрограмме поддержки предпринимательства, без программы - 12%.



Механизм проведения сделок по лизингу недвижимости имеет некоторые особенности, поэтому рассмотрим его подробнее.

На начальном этапе сотрудничества с лизинговой компанией клиент выбирает объект недвижимости и предоставляет комплект документов в лизинговую компанию согласно установленному перечню. Специалисты лизинговой компании проводят финансово-экономический и юридический анализ представленных документов и принимают решение о возможности предоставления лизинга и покупки объекта недвижимости.

На этапе разработки и подписания договора лизинга недвижимого имущества клиент и лизинговая компания согласовывают все существенные условия договора лизинга. Именно на этом этапе клиент и лизинговая компания определяют порядок пользования недвижимым имуществом, согласовывают вопросы обеспечения электроэнергией и водоснабжением, а также телекоммуникациями, так как при смене собственника необходимо подписывать эти договоры заново. Здесь также устанавливается, какая из сторон будет осуществлять капитальный и текущий ремонт. Если же в договоре это не будет оговорено, то будут применяться по аналогии нормы Гражданского кодекса РФ об аренде, которые напрямую предусматривают возложение обязанности по текущему ремонту на лизингополучателя, а капитального - на лизинговую компанию.

На практике часто возникают вопросы, связанные с тем, какая из сторон договора лизинга будет заниматься заключением сопутствующих договоров с эксплуатирующими и ремонтными службами, с энергоснабжающими организациями. Здесь проблема решается двумя способами. Первый способ предусматривает заключение всех вышеуказанных договоров от имени лизинговой компании. При этом лизингополучатель совершает действия по доверенности. Второй вариант предполагает, что в договор лизинга изначально включается условие о том, что все указанные договоры вправе заключать от своего имени лизингополучатель. Второй вариант наиболее удобен в случаях, когда клиентами лизинговых компаний являются представители из других регионов.

Завершающим этапом выступает проведение государственной регистрации договоров. Допускается совмещение государственной регистрации возникновения права собственности по договору купли-продажи и договору лизинга, т.е. документы на оба вида регистрации подаются одновременно. При этом регистрирующие органы проводят одновременно экспертизу двух пакетов документов, что значительно сокращает сроки государственной регистрации.

В целях одновременной регистрации двух пакетов документов специалисты лизинговой компании особое внимание уделяют формулированию условий договоров купли-продажи и лизинга, включают в тексты обоих договоров коррелирующие между собой ссылки. После рассмотрения документов регистрирующие органы проводят последовательную регистрацию возникновения права собственности по договору купли-продажи и договору лизинга. Существует масса тонкостей, которые необходимо учитывать при заключении лизинговых договоров по приобретению недвижимости. Проведение таких сделок часто сопряжено с некоторыми сложностями. Среди основных трудностей - неурегулированность многих вопросов в российском законодательстве.

На этапе заключения лизинговой сделки возникают затруднения, связанные с регламентом ее оформления, по причине того, что этот процесс

еще не проработан до конца в юридическом аспекте. Порядок регистрации договора лизинга и договора купли-продажи не прописан в законодательстве напрямую и не регламентируется законом о государственной регистрации сделок с недвижимостью. Сегодня эта проблема решается путем одновременной подачи в регистрирующие органы двух комплектов документов (договор лизинга и договор купли-продажи).

Еще одна особенность заключается в законодательном требовании о неразрывной связи зданий и сооружений с землей. Поскольку лизинг земли запрещен законом, исполнение данной сделки лизинга сопряжено с некоторыми сложностями с правовой точки зрения. Отношения между лизингополучателем и лизинговой компанией касательно земельного участка регулируются с помощью отдельного договора аренды с правом выкупа. Лизинговые компании стараются организовать процесс таким образом, чтобы срок действия такого договора совпадал со сроком действия договора лизинга на само здание. Тогда по окончании срока действия обоих договоров здание и земельный участок могут быть одновременно переданы в собственность клиенту.

Как правило, не возникает проблем с приобретением в лизинг офисов, производственных, складских помещений, всех тех объектов, безусловное предназначение которых - использование в коммерческих целях. В этом отношении спорным является вопрос о возможности приобретения в лизинг объектов незавершенного строительства.

В настоящий момент на практике складывается ситуация, что такие объекты не подлежат передаче в лизинг - вследствие того, что они не могут быть использованы в предпринимательстве. Единственное юридически возможное целевое использование недостроенных объектов недвижимости - их достраивание, что на этапе строительства не подпадает под определение коммерческой деятельности.

Похожая проблема возникает относительно лизинга жилой недвижимости. Изначально ее единственное целевое назначение - проживание граждан. Если при анализе обращения клиента выясняется, что жилую площадь коммерческая организация планирует приобрести в лизинг, например, для проживания сотрудников, то вопрос о предоставлении лизинга может быть решен положительно. Не исключено также и иное коммерческое использование жилой недвижимости, если оно не противоречит Жилищному кодексу РФ.

Среди основных проблем лизинга зданий и сооружений - особенности российского рынка недвижимости. Продавцы недвижимости часто работают "по-черному", занижая стоимость объекта недвижимости в целях сокращения суммы уплачиваемого налога на прибыль или подоходного налога, в зависимости от того, являются ли они юридическими или физическими лицами. Для лизинговой же сделки необходимо указывать реальную стоимость объекта, ведь только так можно составить график лизинговых платежей таким образом, чтобы клиент получил наибольшую налоговую экономию.

Непременным условием лизинговых сделок с недвижимостью является юридический анализ всех предыдущих процедур перехода прав собственности на объект, структуры собственников объекта и правильность оформления и регистрации сделок. Проверка и подтверждение всех этих факторов само по себе является сложным процессом.

Несмотря на кажущуюся сложность приобретения недвижимости с помощью лизинга, данный инструмент обладает массой преимуществ пе-

ред другими способами финансирования. Они заключаются в первую очередь в льготном налоговом режиме лизинговой сделки, поскольку имущество находится на балансе лизинговой компании, лизингополучатель освобождается от уплаты налогов на имущество напрямую - сумма налогов включается в состав лизинговых платежей.

В отличие от использования схемы классической аренды объектов недвижимости, механизм лизинга позволяет после окончания действия договора лизинга получить недвижимость в собственность по заранее установленной цене. При заключении лизинговой сделки размеры лизинговых платежей согласовываются на первоначальном этапе и, как правило, не изменяются в течение всего срока лизинга, в отличие от договора аренды, в котором арендодатель вправе изменять арендные ставки один раз в год.

Порядок пользования недвижимостью определяется на этапе заключения лизингового договора. Перечень услуг по обслуживанию здания согласовывается индивидуально с каждым лизингополучателем. В случае аренды, как правило, обязательства по оплате обслуживания недвижимого имущества заведомо включены в арендные платежи.

В сравнении с ипотечным кредитом преимущества лизинга заключаются в отсутствии обязательств по залогу. При использовании лизинга недвижимости предоставление залога не является обязательным условием для заключения договора, так как имущество находится на балансе лизингополучателя.

Если та или иная компания приняла решение приобрести офис, торговое или производственное помещение, она может использовать для покупки собственные средства, взять кредит в банке или воспользоваться услугами лизинговой компании. Развивающиеся предприятия не хотят, а зачастую и не могут себе позволить изымать из оборота денежные средства для приобретения объектов недвижимости. Многие компании пользуются банковскими кредитами, однако лизинг гораздо экономичнее: в период действия договора предмет лизинга (в нашем случае - здание или помещение) находится на балансе лизингодателя. Кроме того, использование лизинговой схемы позволяет сократить срок амортизации предмета в 3 раза. Оба эти обстоятельства позволяют лизингополучателю уменьшить расходы по уплате налога на имущество. Сами лизинговые платежи относятся на себестоимость, данная сумма не облагается налогом на прибыль. В результате, по подсчетам специалистов, лизинг позволяет компании-клиенту сэкономить до трети суммы, отпущенной на покупку недвижимости. Таким образом, лизингополучатель становится собственником здания по минимальной остаточной стоимости. При кредите ускоренной амортизации имущества не происходит. Все это создает лизинговым компаниям широкое поле деятельности. Однако, как и на любом другом относительно молодом рынке, здесь есть ряд сдерживающих факторов.

Надо отметить тот факт, что отечественные банки неохотно предлагают “длинные кредиты”, а после кризиса ликвидности еще и поднялись ставки. Срок лизинга коммерческой недвижимости может составлять до 7 лет. Требования по обеспечению лизинговой сделки, как правило, меньше требований банков, что наименьшим образом отражается на активах лизингополучателя и повышает вероятность реализации планов развития предприятия.

Лизинг уменьшает риск для кредитного института. За лизингодателем сохраняется право собственности на имущество, а значит, не требу-

ются дополнительные залоговые и финансовые гарантии, исчезает необходимость контроля целевого использования займа. Он облегчает доступ лизингополучателю к новому оборудованию при одновременной возможности снижения объема налогооблагаемой базы. Кроме того, увеличивая производство и сбыт, способствует росту валового продукта.

При обращении в лизинговые компании нет необходимости открывать расчетный счет, что практически всегда требуют банки при оформлении кредита.

Немаловажным достоинством является тот факт, что имущество по лизинговой сделке обычно не учитывается на балансе клиента, а его стоимость не включается в остаток кредитной задолженности, что способствует улучшению его финансовых показателей и позволяет привлекать дополнительные кредитные ресурсы. Также из-за отсрочки выкупа и постановки на баланс имущества клиент имеет возможность накопить необходимые средства для его выкупа по окончании срока лизинговой сделки. Все переговоры с контрагентами, оформление всех договоров и прочей документации лизинговая компания производит собственными силами, что экономит лизингополучателю массу времени и средств.

В большинстве экономически развитых стран с учетом данного эффекта разрабатываются законодательные акты, способствующие стимулированию развития лизинга. В странах Западной Европы, Северной Америки и Юго-Восточной Азии лизинг энергично развивается в строительной индустрии и сфере коммерческой недвижимости. В ряде стран, например в Португалии, лизинг охватывает и жилую недвижимость. Обеспечение в виде недвижимости лучше защищает кредитора в долгосрочном отношении. Кроме того, наличие недвижимости в лизинговом портфеле привносит элемент долгосрочной стабильности, так как доходы прогнозируются на более длительный промежуток времени. Наконец, в некоторых странах (например, в Италии) к сделкам по лизингу недвижимости применяются дополнительные, в том числе налоговые, льготы, что делает этот вид финансирования еще более интересным для лизингополучателей по сравнению с обычным банковским кредитованием. Естественно, речь идет о ликвидной недвижимости: офисных зданиях, торговых площадях, складских помещениях. А вот специализированные промышленные активы или, например, автосалоны не слишком популярны - "пересдать" это имущество кому-нибудь другому затруднительно.

На Западе лизинг недвижимости является одним из наиболее востребованных инвестиционных механизмов, соответственно, и доля сделок с недвижимостью в портфелях лизинговых компаний значительно превосходит российские показатели. Так, например, в Германии и Австрии она составляет около 20% от общего числа договоров лизинга. В Польше, Чехии и Венгрии - свыше 10%. В Италии с ее благоприятным для лизинга налоговым режимом - почти 50%.

В последние годы частные инвесторы проявляют интерес к аэропортам, мостам, гаражам, паркингам, водопроводам и прочим объектам и системам общественной инфраструктуры и коммунального хозяйства. В то же время инвестиции в общественную инфраструктуру имеют свои особенности. В отличие от вложений в традиционные объекты, которые окупаются максимум за 5-10 лет, здесь сроки окупаемости могут составлять десятки лет, хотя и при незначительных рисках. Поэтому и договорные сроки лизинга общественных объектов/систем достигают 75-99 лет.

Многие проблемы в сфере лизинга коммерческой недвижимости в России нуждаются в решении, в частности, необходимо урегулировать многие юридические аспекты касательно этого сегмента. В первую очередь требует четкой формулировки порядок регистрации договоров лизинга недвижимости. Сложности также возникают по причине непрозрачности современного рынка недвижимости.

Но, несмотря на все трудности, рынок лизинга коммерческой недвижимости продолжает свое развитие. Очевидны его существенные преимущества перед другими способами приобретения зданий и сооружений для коммерческих нужд. Есть все предпосылки для того, чтобы финансовая аренда стала для бизнеса эффективным и выгодным инструментом для получения возможности пользоваться помещением любых размеров без крупных единовременных затрат.

Основное отличие российской практики лизинга коммерческой недвижимости от западной лежит не столько в цифрах (они могут и будут меняться), сколько в характере подхода лизинговых компаний к сделкам с недвижимостью. На Западе лизинг недвижимости - это комплексная услуга, а лизингодатель предлагает клиенту не только услуги финансирования, но и подбора объекта, оценки, управления и развития, и пр. В России такой комплексный подход пока практически недоступен, но в перспективе должен будет стать правилом, по меньшей мере, среди тех игроков, кто настроен на серьезные достижения.

*Поступила в редакцию 08.05.2010 г.*

**ECASH AS A LOGIC STAGE OF EVOLUTION OF MONEY**

© 2010 S. Dunyashina

Technical progress and the concept of economy of social activities constantly offer the new decisions, making essential impact on all economic processes, including monetary sphere. In article the reasons of occurrence of ecash are considered. The comparative analysis of ecash, a cash and non-cash way of calculations is carried out.

*Keywords:* e-cash, kinds of money, evolution of money, electronic payments, money.

**THE DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE RELATIONS  
BETWEEN RUSSIA AND CIS COUNTRIES**

© 2010 A. Prokaev

The article tells about present situation in the foreign trade between Russia and CIS countries. We show some data, which the mostly characterize trends; we analyze the efficiency of cooperation Russian companies and their business-partners from CIS. We consider some problems in the foreign trade and give some predictions.

*Keywords:* foreign trade, foreign trade relations, international trade, foreign trade policy, foreign trade of Russia, economic relations between Russia and CIS countries, foreign trade business.

**FICTITIOUS AND VALID COSTS AS BALANCE  
OF ECONOMIC INTERESTS**

© 2010 E. Brus

Definition of cost characteristics of the goods, in aspect valid and a fictitious value is the main task of the given article. As attempt of research of the mechanism of formation and interaction of these of cost with one another, establishments of a role valid and a fictitious value in economic process and their influences on rent relations is done.

*Keywords:* the rent, fictitious value, fictitious capital, the actual value, the valid capital, economic balance.

**FORMATION AND DEVELOPMENT  
OF COMMODITY MARKET IN RUSSIA**

© 2010 S. Chekin

In this work we attempt to examine the commodity exchange as one of the main components of a market economy. Also discussed was the history of the creation of exchanges from XIV century to the present day. Also discussed in more detail the history of commodity exchanges in Russia, the present situation and problems of development.

*Keywords:* the emergence and development of commodity exchange. History of major exchange systems in the world. Formation in Russia. The role of the economy. Relationship with other segments of the economy. Problems of modern Russian commodity exchanges.

### **ECONOMIC ENTITY CLIENT CAPITAL**

© 2010 A. Ishmuratov

In article the economic essence of the client capital is analyzed and strict definition of this category is made, the substantiation of existence of the client capital becomes theoretical. The interrelation with such economic categories as is considered: the property, cost, the price, a competition, institute, actives and manufacture factors. Also, in article the attention to a problem of the institutionalization of the client capital is paid the new decision of a problem of object of relations of the property on reputation, in particular, is offered. Besides, in article display of the client capital in the conditions of the competitive environment is analyzed.

*Keywords:* capital, ekzo-capital, additional profit, client capital, adherence, advanced cost, brand, reputation, property, institutionalization, production factors, fictitious assets, IFRS 38, investments, competitiveness.

### **PRACTICAL ASPECTS OF APPLICATION OF THE INSTITUTE OF CUSTOMS TARIFF IN ORDER TO PROTECT THE ECONOMIC INTERESTS OF RUSSIA**

© 2010 T. Shenyayeva

In the article questions of practice of application are considered is customs - тарифного regulations concerning import and export operations. The role of regulation of foreign trade activities as the factor promoting innovative development and attraction of investments into domestic economy, on the basis of the analysis, conducted by the Government of Russia of Programs is marked. A of directions perfection of this sphere of state regulation of economy is offered.

*Keywords:* customs tariff, customs duty, export, import, foreign trade activities

### **CREDIT-LINKED NOTES - CLN AS AN ALTERNATIVE INSTRUMENT TO ATTRACT MONEY COMMERCIAL BANKS**

© 2010 O. Prokhorova

The article is devoted to the definition of credit-linked notes-CLN, identifying strengths and weaknesses of the tool. Expands to the usefulness of credit memos-CLN to raise additional funds by commercial banks.

*Keywords:* CLN -Credit Linked Notes, the Eurobond, the investor, the borrower, the creditor, the bond, the issue, the international market, the bank-non-resident.

### **THE STRUCTURAL ANALYSIS OF THE RUSSIAN MARKET OF AIR TRAFFIC**

© 2010 S. Vishnever

In article the branch analysis of the Russian market of air traffic is presented. On the basis of revealing the competitive environment of the given market, the oligopoly model, characterized by high enough level of concentration, is defined.

*Keywords:* the market of air traffic, concentration, competition, oligopoly, input barriers.

**CATEGORY DEVELOPMENT “NATURAL MONOPOLY”  
WITHIN THE LIMITS OF NEOCLASSICAL SCHOOL  
AND NEW INSTITUTIONALISM**

© 2010 E. Kabakova

Theoretical sights at a category “natural monopoly” are considered. Comparison of neoclassical and new institutional approaches is made. Common features and distinctions are revealed.

*Keywords:* natural monopoly, neoclassical school, new institutionalism, a scale positive effect, input barriers, transaction costs.

**ECONOMIC AND INSTITUTIONAL INTERESTS AND THEIR CONFLICT  
IN A SETTING OF GLOBALIZED ECONOMY**

© 2010 E. Mikhaylova

Nature of economic and institutional interests is considered, their manifestation and conflict in the global economy.

*Keywords:* economic relations, economic interests, institutional relations, institutional interests, globalization, conflict of interests, post-industrialized countries, less developed countries.

**LEASING ECONOMIC GAINS BEFORE THE CREDIT**

© 2010 M. Biriukov

In the article leasing economic gains in comparison with the classical credit are considered, concrete examples and all information are resulted is supported by evident tables, schemes and diagrammes. Economy variants on taxes and tax collections are considered at leasing use.

*Keywords:* leasing, the credit, economic gains, the wealth tax, the profit tax.

**REAL ESTATE LEASING LEASING AS THE PRESENT STAGE  
OF DEVELOPMENT IN RUSSIA**

© 2010 A. Kamskiy

This article is devoted to the question of development of leasing immovable property in Russia. Besides, the main mechanism of carrying out deals with leasing immovable property is considered. Comparison of the given kind of leasing is spent to Russia and abroad. Problems of functioning of leasing of the commercial real estate are stated.

*Keywords:* leasing, leasing of real estate, commercial real estate , financial lease, leasing payment.





*Ī àì ŷò êà àâò î đó*

**Как правильно подготовить статью  
в “Вестник Самарского финансово-экономического института”  
на персональном компьютере**

Материал статьи представлять *í à ŷëâêð đí í í î í î ñèð àëâ* в программе Word (дискета с одним файлом, содержащим последний вариант статьи) и в виде *÷àð êî é ðàññî á-àð êè í à áîí àãâ*, точно соответствующей файлу. Статья должна содержать сведения об авторе, его e-mail.

*Ī àáí đ ò àêñò à*  
тип шрифта **Таймс**  
размер шрифта **14 пт**  
абзацный отступ 0,5 см (устанавливать  
через окно “Абзац”, **не пробелами  
и не табуляцией**)  
межстрочный интервал “полуторный”

*Ī àáí đ ò àáèèö*  
тип шрифта **Таймс**  
размер шрифта **13 пт**  
линейки внешние (рамка) 1,5 пт  
линейки внутренние 0,75 пт

*Ī àáí đ ò î ðì óë*  
в редакторе формул  
все символы прямым шрифтом

*Ī àáí đ ññî ëî ê í à èèð àðàð óðó (ñî î ñèè)*  
**размещение в конце статьи**  
(меню “Вставка” подменю “Сноска”)  
тип шрифта **Таймс**  
размер шрифта **12 пт**

*Ðèñîí êè (ãðàò èèè, àèàãðàì ì ù )*  
в редакторах Word, Excel - **только  
черно-белые**

**! Запрещается вставлять в статью сканированные рисунки  
(графики, диаграммы)**

*! Èñî î ëüçî ààð ù ñò èëü “Normal” èèè ò àáëî í “Ī áú ÷í ù é”*

**При нарушении требований к оформлению материалов**

*ðóëî î èñè í à ĩ óáèè êóð ò ñŷ!*

**Анализ тенденций регионального развития Республики Казахстан**

© 2009 Е.А. Вечкинзова

кандидат экономических наук, доцент

Центрально-Казахстанский университет “МГТИ-Лингва”,

г. Караганда

E-mail: mail@mail.ru

Анализ динамики ВРП Республики Казахстан за 1998-2007 гг. проведен в контексте обеспечения устойчивости развития регионов. В этой связи динамика экономического развития оценивалась системой индикаторов, что позволило выявить сущность происходящих процессов в регионах и определить наиболее целесообразные направления государственного регулирования, обеспечивающие устойчивый экономический рост.

*Ключевые слова:* регион, экономический рост, специфика развития, система индикаторов, государственное регулирование.

(Текст статьи)

**THE ANALYSIS OF TENDENCIES  
OF REGIONAL DEVELOPMENT OF REPUBLIC KAZAKHSTAN**

© 2009 E. Vechkinzova

The analysis of dynamics of the Total Regional Product of Republic Kazakhstan for 1998-2007 is lead in a context of maintenance of stability of development of regions. In this connection dynamics of economic development was estimated by system of indicators that has allowed to reveal essence of occuring processes in regions and to define the most expedient directions of state regulation providing steady economic growth.

*Keywords:* region, economic growth, specificity of development, system of indicators, state regulation.

ВЕСТНИК  
САМАРСКОГО  
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИНСТИТУТА

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

2010. □ 2 (6)

Главный редактор  
кандидат экономических наук, доцент А.М. Михайлов  
Редактор И.Н. Лошкарева  
Компьютерная верстка - О.В. Егорова

Подписано в печать 26.05.2010 г. Формат 70x100/16.  
Бумага офсетная. Гарнитура NewtonС.  
Усл. печ. л. 6,51 (7,0). Уч.-изд. л. 7,3. Тираж 1000 экз.  
Цена договорная. Заказ □  
Отпечатано в издательстве ООО “24-Принт”

Мнение авторов публикаций не обязательно совпадает  
с точкой зрения редколлегии.  
При перепечатке материалов из научного журнала “Вестник СФЭИ”  
обязательно согласование с редколлегией.