

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

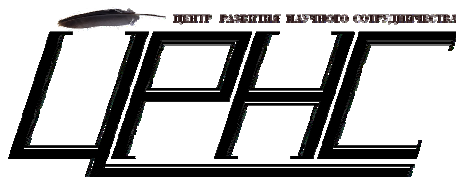
СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

II Всероссийской научно-практической конференции

«АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК»

15 июня 2008 г.

Под общей редакцией
кандидата экономических наук С.С. Чернова



НОВОСИБИРСК
2008

ББК 65я431 УДК 33(063)

Актуальные вопросы экономических наук. Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: ЦРНС – Издательство СИБПРИНТ, 2008. – 456 с.

ISBN 978-5-94301-058-3

ОРГКОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ:

Председатель: *Джурабаев К.Т.*, доктор экономических наук, профессор кафедры Организации производства НГТУ (г. Новосибирск)

Сопредседатель: *Рыманов А.Ю.*, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Финансов и налоговой политики НГТУ (г. Новосибирск)

Сопредседатель: *Чернов С.С.*, кандидат экономических наук, доцент, заместитель заведующего кафедрой Систем управления и экономики энергетики, заместитель декана факультета энергетики НГТУ, руководитель Центра развития научного сотрудничества (г. Новосибирск)

Члены оргкомитета:

Драгунова Е.В., кандидат экономических наук, доцент кафедры Экономической информатики НГТУ (г. Новосибирск)

Гришина Е.А., кандидат экономических наук, доцент кафедры Систем управления и экономики энергетики НГТУ (г. Новосибирск)

Грабовецкая Н.Г., кандидат технических наук, заведующая секцией Научно-методического центра НГТУ (г. Новосибирск)

В сборник вошли материалы секций: «Теория управления экономическими системами», «Макроэкономика», «Мировая экономика», «Маркетинг», «Управление инновациями и инновационной деятельностью», «Региональная экономика», «Экономика народонаселения и демография», «Экономика труда», «Экономика и управление качеством», «Экономическая безопасность», «Экономика природопользования», «Бухгалтерский, управленческий учет и аудит», «Финансы и налоговая политика», «Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами».

Все материалы публикуются в авторской редакции.

ББК 65я431
УДК 33(063)

ISBN 978-5-94301-058-3

© Коллектив авторов

ОГЛАВЛЕНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ	10
<i>Бычкова А.А., Потехина Е.В.</i> Проблемы сочетания формального и неформального в социальной организации	11
<i>Жерносек К.А.</i> Проблемы применения аутсорсинга в России	16
<i>Куценко А.В., Потехина Е.В.</i> Современные тенденции развития организационных структур управления.....	21
СЕКЦИЯ 2. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ	26
<i>Заббарова А.Ш.</i> Формы интеллектуальной ренты и их распределение	27
<i>Ковалёва Ю.В.</i> Принципы формирования доходов домашних хозяйств	32
<i>Кондратов М.В.</i> Частная торговая марка (privat label) как инструмент минимизации транзакционных издержек экономических субъектов	37
<i>Красавин Е.М.</i> Место малых предприятий в производственных кластерах.....	41
<i>Мухамедиева С.А.</i> Качественные и количественные параметры международной экономической интеграции.....	46
<i>Тропникова Т.А.</i> Методические проблемы расчета индикаторов доступности жилья в Новосибирской области.....	50
<i>Цепин С.А.</i> Есть ли "голландская болезнь" в России.....	56
<i>Шпурова П.С.</i> Международный опыт развития рынка жилой недвижимости	60
СЕКЦИЯ 3. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА	65
<i>Котова О.И.</i> Модель ценовой динамики золотого рынка: корреляция со смежными рынками.....	66
СЕКЦИЯ 4. МЕНЕДЖМЕНТ	71
<i>Вагин С.Г.</i> Генезис современных подходов к организации стратегического управления	72

<i>Ионов А.В.</i> Формирование условий согласованности интересов акционеров и менеджеров в корпоративном управлении	77
<i>Мамаев Д.Е.</i> Автоматизированные системы стратегического управления	82
<i>Седельникова И.М., Касьянова С.А.</i> Разработка методики анализа заинтересованных сторон	86
<i>Смолянинова Е.Н., Бондаренко Т.Н.</i> Классификация рисков, возникающих у хозяйствующих субъектов в процессе их деятельности.	90
СЕКЦИЯ 5. МАРКЕТИНГ	96
<i>Абашина Ю.Н.</i> Система маркетинговых коммуникаций в деятельности предприятий общественного питания.....	97
<i>Вайсман Е.Д., Голубчикова Ю.В., Старикова А.А. Шеметов И.О.</i> Анализ рынка услуг высшего образования в сегменте экономических специальностей.	101
<i>Ветрова В.В.</i> Разработка маркетинговой стратегии развития рынка ценных бумаг в Орловской области на основе использования комплекса социологических методов	107
<i>Волков С.К.</i> Роль маркетинговых процессов в развитии современной индустрии туризма и гостеприимства	111
<i>Герасименко Н.М., Якименко Е.В.</i> Анализ эффективности рекламной кампании факультета "Международные экономические отношения" ГОУ ВПО "Хабаровская государственная академия экономики и права"	115
<i>Полосков П.С., Полосков С.С.</i> Минимизация рисков при удовлетворении требований потребителей к качеству продукции	119
<i>Тюкавкин Н.М., Цаплина Н.А.</i> Оценка эффективности методов продвижения товаров на различных типах рынка	124
СЕКЦИЯ 6. УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ	130
<i>Белоконская Е.Г.</i> Проблемы инновационного развития России	131
<i>Вайсман Е.Д., Галкина Л.А.</i> К вопросу повышения инновационной активности российских предприятий	136
<i>Ильченко И.Н.</i> Инновационная политика и образование	141

<i>Кадатская И.А.</i> Повышение качества рабочей силы на предприятии	144
<i>Коночкина Т.В.</i> Научно-техническая продукция как предмет рыночных отношений	149
<i>Кузнецова Н.П., Шабалтина Л.В.</i> Методика оценки инновационного потенциала предприятий и регионов	154
<i>Кузнецова Н.П., Фатхуллина Л.З.</i> Методика оценки готовности предприятий региона к инновациям	159
<i>Новак С.О.</i> Развитие организации на основе открытых инноваций ...	162
<i>Шабалтина Л.В., Кузнецова Н.П.</i> Человеческий капитал как ресурсная составляющая инновационного потенциала	166
СЕКЦИЯ 7. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКНОМИКА	171
<i>Борисов Е.Н.</i> Региональная сфера услуг: экономическое содержание	172
<i>Зайков С.Н.</i> Финансово-кредитный механизм развития АПК Алтайского края	175
<i>Катаева Ю.В.</i> Преодоление асимметрии информации на рынке жилищного строительства.....	180
<i>Королев Д.В.</i> О подходе к созданию интегрированных региональных информационно-управленческих систем.....	185
<i>Маколов В.И.</i> Инвестиционная политика региона в период экономического роста.....	189
<i>Паутова А.В.</i> Проблемы развития агrostрахования в сибирском регионе	193
<i>Тихонова Е.Ю.</i> Некоторые проблемы и предложения по совершенствованию форм кадрового учета федеральной службы государственной статистики (на примере Республики Татарстан)	199
<i>Шаповал Ж.А.</i> Развитие агропромышленного комплекса региона на основе кластерного подхода	204
СЕКЦИЯ 8. ЛОГИСТИКА.....	210
<i>Барыкин С.Е.</i> Модель многопродуктовых поставок с учетом привлечения заемных средств и ограничения на размер капитала	211

<i>Ермолина А.Ю.</i> Использование методики ранжирования конкурирующих альтернатив в системе снабжения строительных организаций.....	215
СЕКЦИЯ 9. ЭКОНОМИКА НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ	220
<i>Лапасова В.В.</i> Социально-демографические показатели в планировании финансовых затрат ОМС	221
СЕКЦИЯ 10. ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ.....	226
<i>Мартынова А.П.</i> Факторы спроса и ограничения на оценку эффективности государственной политики на российском рынке труда: эмпирическое исследование.....	227
<i>Наумова Л.В.</i> Мотивация труда преподавателей ВУЗов на материалах Тверской области с 1985 по 1995 гг.	232
<i>Усова О.В.</i> Эффективный менеджер в системе банковских услуг: влияния профессиональных и личностных компетенций.....	236
<i>Чернов О.В.</i> Повышение эффективности кадрового потенциала Российской Федерации за счет привлечения дополнительных трудовых ресурсов.....	241
СЕКЦИЯ 11. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ.....	247
<i>Еналеева Ю.Р.</i> Подходы отечественных ученых к экономике качества	248
<i>Пепеляева Н.А., Балобанова О.В.</i> Оценка эффективности системы управления качеством продукции предприятия.....	253
СЕКЦИЯ 12. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ.....	258
<i>Хухурев А.В., Ухтомский В.Г.</i> Обеспечение экономической безопасности инвестиционных проектов в машиностроении	259
СЕКЦИЯ 13. ЭКОНОМИКА ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ	264
<i>Коротков П.А.</i> Прогнозирование экологической ситуации в регионе (на примере Республики Марий Эл).....	265
<i>Морозова О.В.</i> Экологические инвестиционные проекты в сфере жилищно-коммунального хозяйства.....	270

СЕКЦИЯ 14. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ 275

- Семенова М.Ю.* Разработка методики прогнозирования цен на топливо в Республике Хакасия 276

СЕКЦИЯ 15. БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ 282

- Лушникова Т.А.* Отдельные показатели развития предприятий легкой промышленности (прядельного и трикотажного производств) в современных условиях хозяйствования 283

- Носова И.Л.* Особенности признания доходов от основной деятельности по МСФО на предприятиях электросвязи 287

СЕКЦИЯ 16. ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА 292

- Астахова В.Б.* Роль бюро кредитных историй в укреплении финансовой сферы 293

- Быкова Е.Е.* Специфика инвестиционных инструментов домашних хозяйств 298

- Дроздовская Л.П.* Об участниках информационно-кредитного рынка 303

- Ефремова Т.А.* Проблемы и перспективы развития налогового консультирования 307

- Зубцова М.В.* Увеличение объемов потребительского кредитования на региональных рынках 312

- Колобова Е.А.* Особенности механизма привлечения заемного капитала организаций ЛПК Приморского края 314

- Ларченко О.В.* Инвестиционные фонды как участники рынка ценных бумаг 319

- Меркулов А.В.* Проблемы регулирования монополий посредством налогообложения 323

- Молчанова О.В., Яфизов Р.В.* Валютные операции при "неторговых" сделках 327

- Недоспасова В.В.* Управление риском потери деловой репутации коммерческого банка 331

- Пронская Н.С.* Альтернатива способа оценки рисков в финансовой сфере 336

<i>Просалова В.С.</i> Возможность введения кредитной амнистии в России	341
<i>Субботин А.С.</i> Рыночная и инвестиционная стоимость бизнеса	345
<i>Чернышкина Т.В.</i> Финансовый потенциал и доходная концепция роста капитализации высших учебных заведений	350
СЕКЦИЯ 17. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ	355
<i>Авдониная О.Ю., Лысенко О.В.</i> Методические основы формирования и оценки инновационных объединений	356
<i>Байгушкина А.В.</i> Современные проблемы использования ресурсов в молочном подкомплексе АПК	359
<i>Бандура А.В.</i> Гудвилл и методы его оценки	364
<i>Барсукова Е.В.</i> Оптимизация бизнес-процессов управления денежными потоками организации	369
<i>Вайсман Е.Д., Глазков И.К., Мищенко В.Е.</i> Прогнозирование развития рынка многоквартирных домов Челябинска на основе экономико-математических методов	373
<i>Варламов А.С.</i> Инновационный компонент в проектах реструктуризации как условие повышения конкурентоспособности российских предприятий	378
<i>Герасимова С.А.</i> Влияние характерных особенностей комплекса услуг наукоемких предприятий на их качество и конкурентоспособность	383
<i>Евстратова А.А.</i> Амортизационные отчисления как источник воспроизводства основных фондов речного транспорта	387
<i>Евтюхин Д.В.</i> Ключевые аспекты кластеризации промышленности России	391
<i>Жорник Л.В.</i> Собственные оборотные средства: значение, оценка обеспеченности ими и рекомендации по их управлению	396
<i>Круг Э.А.</i> Культура обслуживания потребителей, как один из факторов повышения конкурентоспособности предприятий	402
<i>Логвинова Е.П.</i> Меры антимонопольного регулирования рынков нефтепродуктообеспечения	405

Лубков В.А., Волгин С.В. Систематизация рисков формирования и использования основных средств.....	409
Мархутова Е.В. Стратегически ориентированная система бюджетирования	413
Мастихина О.Ю. Тенденции развития сферы бытовых услуг организаций потребительской кооперации	417
Можанова И.И. Необходимость организации интегрированного риск-менеджмента на предприятии.....	421
Родина Е.Е. Принципы формирования показателей оценки качества принимаемых решений в системе контроллинга	426
Рубцова Ю.А. Эмиссия ценных бумаг - источник финансирования инвестиций для предприятий.....	431
Санжин Б.Б. Проблемы и перспективы развития кооперативной торговли Республики Бурятия в современных условиях	435
Соболева О.А. Структурная схема системы управления инвестиционными процессами в региональной электроэнергетике ...	438
Солдаткина Н.В. Взаимодействие транспорта и туризма на региональном уровне.....	443
Тарасова А.Ю. Эффективность реализации процедур финансового оздоровления на сельскохозяйственных предприятиях.....	447
Федякова Н.Н. Личные подсобные хозяйства в агропродовольственной системе Республики Мордовия	450

Секция 1

ТЕОРИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

ПРОБЛЕМЫ СОЧЕТАНИЯ ФОРМАЛЬНОГО И НЕФОРМАЛЬНОГО В СОЦИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

© Бычкова А.А.^{*}, Потехина Е.В.[♦]

Сибирский институт бизнеса, управления и психологии,
г. Красноярск

В каждой формальной организации существует сложное переплетение неформальных групп и организаций, которые образовались без вмешательства руководства. В данной статье пойдет речь о проблемах сочетания формальных и неформальных групп в организации и пути выхода из этих ситуаций.

Неформальные группы, которые образуются в организациях, являются мощной силой, которая при определенных условиях может фактически стать доминирующей в организации и сводить на нет усилия руководства. Неформальные группы могут также нести в себе и положительное влияние на деятельность формальной организации.

Формальная организация создается по воле руководства. Но как только она создана, она становится также и социальной средой, где люди взаимодействуют отнюдь не по предписаниям руководства. Из социальных взаимоотношений рождается множество дружественных групп, неформальных групп, которые все вместе представляют неформальную организацию. Неформальная организация – это спонтанно образовавшаяся группа людей, которая вступает в регулярное взаимодействие для достижения определенной цели. Как и у формальных организаций, эти цели являются причиной существования такой неформальной организации. В большой организации существует не одна неформальная организация. Они в некотором роде организованы так же, как и формальные организации, – у них имеется иерархия, лидеры и задачи. В спонтанно возникших (эмерджентных) организациях также имеются неписанные правила, называемые нормами, которые служат для членов организации эталонами поведения. Эти нормы подкрепляются системой поощрений и санкций. Специфика в том, что формальная организация создана по заранее продуманному плану. Неформальная же организация скорее является спонтанной реакцией на неудовлетворенные индивидуальные потребности. На рис. 1 показана разница в механизмах образования формальных и неформальных организаций.

^{*} Студентка третьего курса, группа 125 М, специальность «Менеджмент организации»

[♦] Доцент кафедры Экономики и менеджмента

Самой первой причиной вступления в неформальную группу является удовлетворение потребности в чувстве принадлежности. Люди, чья работа не дает возможности устанавливать и поддерживать социальные контакты, склонны быть неудовлетворенными. Возможность принадлежать к группе, поддержка с ее стороны тесно связаны с удовлетворенностью сотрудника. Необходимость в общении возникает потому, что люди хотят знать, что происходит вокруг них, особенно, если это затрагивает их работу. Поэтому одной из важных причин принадлежности к неформальной организации является и доступ к неформальному каналу поступления информации – слухам. Это может удовлетворить потребности отдельной личности в психологической защите и принадлежности, а также обеспечить ей более быстрый доступ к нужной для работы информации.

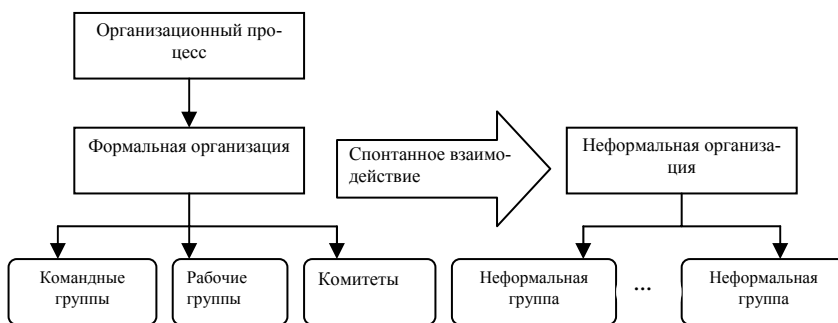


Рис. 1. Механизм образования формальных и неформальных организаций

Некоторые руководители упрямо продолжают считать, что неформальная организация – это результат неэффективного управления. Хотя по существу возникновение неформальных организаций явление естественное и весьма распространенное, – они есть в каждой организации. Подобно многим другим факторам, действующим в области управления, они несут в себе как отрицательные, так и положительные моменты.

Действительно, некоторые неформальные группы могут вести себя непродуктивно, так, что это будет мешать достижению формальных целей. По неформальным каналам могут распространяться ложные слухи, приводящие к возникновению отрицательного отношения к руководству. Принятые группой нормы могут привести к тому, что продуктивность организации будет ниже той, что определена руководством. В любом случае, не зависимо от того, является ли неформальная организация вредной или полезной, она существует и с ней нужно считаться, даже если руководство, и разрушит какую-то группу на ее месте обязательно возникнет

другая, у которой, возможно, сложится заведомо отрицательное отношение к руководству.

Для увеличения эффективности работы организации в целом, руководители должны использовать потенциальные выгоды неформальных организаций, стараясь одновременно уменьшить их отрицательное воздействие. Для этого в процессе функционирования организации могут применяться различные методы воздействия на неформальные группы. Вот некоторые из них:

1. Консультации.

Обычно индивидуумы и группы лучше реагируют на затрагивающие их решения, если с ними заранее советуется. Консультации с группой вместо попытки навязать ей произвол, говорят об уважении к достоинству группы и отдельного человека, а также ослабляют сопротивление переменам со стороны неформальной организации.

2. Обучение и внушение.

Организации необходимо сформировать у своих служащих лояльность посредством обучения или пропаганды. Для этой цели необходимо «рекламироваться» перед всеми ее членами либо с помощью специальных учебных курсов и общих собраний, либо другими способами. Организации нужно стараться убедить своих сотрудников в том, что все содействующее целям организации, наилучшим образом содействует и целям отдельного человека, даже если в конкретных случаях это и не очевидно.

3. Лояльность.

Высшее руководство обычно старается завоевать преданность руководящего состава – начальников подразделений, филиалов, отделов и бюро, – или, другими словами, добиться их самоотождествления с организацией. Усилия тут направлены на создание базовой группы руководителей, с тем, чтобы отвоевать лояльность отдельного начальника у коллектива, которым он руководит.

4. Замена руководителя.

Если добиться лояльности главы подразделения не удалось, то учреждение может заменить его – и порой заменяет – тем, кто ему предан. Однако применение этого метода имеет свои пределы. Во-первых, если трудовой коллектив отказался способным удержать лояльность прежнего руководителя, то он вполне может оказаться способным и завоевать лояльность нового. Не знакомый прежде с работой руководитель вынужден в значительной степени опираться на профессиональные советы своих подчиненных. Он подвергается такому же давлению со стороны организации и групп, как и его предшественник, сталкивается с теми же явлениями, общается с подчиненными, которых начинает любить и уважать. Вряд ли возможно, чтобы такое множество воздействий не оставило в нем глубокий след. Во-вторых, в тех случаях, когда новый руководитель со-

противляется самоотождествлению со своим подразделением и сохраняет лояльность учреждению в целом, появляются новые трудности. Прежний разрыв в цепочке отождествлений между подразделением и учреждением может смениться новым пробелом между руководителем и его подразделением. Новый руководитель может не суметь обеспечить сотрудничество и необходимый вклад своих подчиненных, и положение с точки зрения учреждения может оказаться не лучше, чем прежде. Поэтому замена руководителей – это механизм ограниченной пригодности для укрепления лояльности со стороны структурного подразделения по отношению к учреждению, в которое оно входит.

5. Перевод на другое место работы.

Многообещающим механизмом укрепления лояльности членов организации и усиления их самоотождествления с организацией в целом служит практика частых переводов сотрудников из подразделения в подразделение. Подобная практика приведет к появлению в организации значительного числа людей, обладающих весьма разнообразным опытом.

6. Размещение кабинетов.

Этот метод заключается в правильном распределении кабинетов. Уже отмечалось, что служащие встречаются и устанавливают неформальные отношения с теми, кто работает рядом с ними, чаще, чем с теми, кто работает в отдалении. Поэтому формированию настоящего руководящего аппарата отдела или управления может способствовать размещение руководителей в одном месте или на одном этаже.

7. Признание естественных лидеров.

Решающий административный механизм контроля за групповым поведением – это выявление естественных лидеров и управление ими. Если естественный лидер находится вне формальной организационной схемы, он зачастую рассматривается как «возмутитель спокойствия». Он может стать центром коллективного сопротивления влиянию организации, и если в нем сильно развита склонность к доминированию, то он, возможно, начнет, осознанно или неосознанно совершать поступки, которые позволят ему возглавить неформальную группу в ее сопротивлении организации.

8. Обмен информацией.

Процесс обмена информацией в организациях условно можно разделить на две категории: формальная и неформальная передача информации. В каждой организации существует некая официальная структура, с помощью которой сведения передаются по назначению. Система неформальной передачи информации является одновременно необходимой, неизбежной и иногда раздражающей. В то время как она часто дает возможность организации быстрее, чем по формальной процедуре, получать информацию и приспособиться к меняющимся условиям, она же вносит разлад в официальные соотношения полномочий и затрудняет координацию.

Гибкое использование развитой системы формальной и неформальной передачи информации дает возможность организации выполнять свои задачи быстро и оперативно, а руководству организации добиться большего влияния на неформальные группы, что было бы невозможно при наличии лишь формальной системы.

Из вышесказанного можно понять, что проблема существования и взаимного влияния формального и неформального в социальной организации имеет очень большое значение в современном менеджменте. Поскольку организации любого размера состоят из групп, менеджеру необходимо хорошо разбираться в особенностях возникновения и развития формальных и неформальных групп. В число проблем, связанных с неформальными организациями, входят: снижение эффективности, распространение ложных слухов и тенденция сопротивляться переменам. К потенциальным выгодам относятся: большая преданность организации, высокий дух коллективизма и более высокая производительность труда наблюдаются в тех случаях, когда групповые нормы превосходят официально установленные.

Чтобы увеличить эффективность работы всей организации, справиться с потенциальными проблемами и овладеть потенциальными выгодами неформальной организации, руководство должно признать неформальную организацию и работать с ней, прислушиваться к мнению неформальных лидеров и членов группы, учитывать эффективность решений неформальных организаций, разрешать неформальным группам участвовать в принятии решений и гасить слухи путем оперативного предоставления официальной информации.

Список литературы:

1. Смирнов, Э.А. Основы Теории организации [Текст] / Э.А. Смирнов. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 350 с.
2. Менар, Клод. Экономика организаций [Текст] / Клод Менар. – М.: Инфра-М, 1996. – 159 с.
3. Гончаров, В.В. Руководство для высшего управленческого персонала: В поисках совершенства управления [Текст] / В.В. Гончаров. – М.: МНИИПУ, 1997. – 768 с.
4. Поршнев, А.Г. Управление организацией [Текст] / А.Г. Поршнев, Н.А. Соломатин. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 305 с.
5. Мескон, М.Х. Основы менеджмента [Текст] / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1994. – 267 с.

ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ АУТСОРСИНГА В РОССИИ

© Жерносек К.А.*

Братский государственный университет, г. Братск

В статье обсуждаются особенности и проблемы применения аутсорсинга в России, на конкретных примерах объясняются преимущества аутсорсинга для российских компаний в условиях сложившейся экономики.

Также в статье акцентировано внимание на задачах, которые аутсорсинг не может решать.

В современном мире российские компании сталкиваются с беспрецедентным давлением со стороны рынка. Выживают и добиваются успеха лишь те организации, которые ведут бизнес наиболее эффективным способом.

Одной из наиболее современных и успешных бизнес-моделей, позволяющих добиться реальных конкурентных преимуществ, является аутсорсинг. Аутсорсинг – это передача части функций по обслуживанию деятельности фирмы другой организации-исполнителю.

Компании идут на аутсорсинг для того, чтобы сосредоточиться на своей основной деятельности, а не заниматься управлением столовыми, уборщиками, начислением в пенсионные фонды.

Аутсорсинг сравнительно недавно начал использоваться российскими предпринимателями. Сейчас в России все больше предприятий прибегают к финансовому аутсорсингу. Например, российские нефтяные компании, имеющие дочерние подразделения в регионах. При этом каждая из дочерних компаний ведет учет и предоставляет отчетность по-своему, что затрудняет консолидацию отчетности и управление всей компанией.

Компания, оказывающая услуги по внешнему ведению бухгалтерского учета, обеспечит сбор и централизованную обработку информации по всем предприятиям группы.

Другим примером могут послужить российские средние и малые предприятия, стремящиеся к построению прозрачных систем финансового учета и к внедрению эффективного внутреннего контроля и управленческого учета, но при этом не имеющие в своем штате квалифицированный персонал. Поиск сотрудника, обладающего квалификацией и практическим опытом работы во всех требуемых областях – российском бухгалтерском и налоговом учете, финансовом контроллинге, внутреннем ауди-

* Студентка 5 курса

те, управленческом учете и бюджетировании, может затянуться, да и стоимость такого сотрудника будет соответствующая. В то же время профессиональные бухгалтерские организации имеют в своем составе специалистов с соответствующей квалификацией и могут их привлекать для одновременного участия в обслуживании ряда клиентов. Таким образом, каждый клиент оплачивает только часть времени каждого из специалистов, что снижает общую стоимость услуг для каждой отдельно взятой компании.

Сегодня, в период экономического роста, данный инструмент управления особенно актуален для российских компаний, потому что руководству компании необходимо сконцентрироваться на развитии бизнеса и поиске новых решений.

В России наметилась тенденция на уход от «серых» схем ведения бизнеса и деление бухгалтерии на теневую и официальную. Для российской компании, готовящейся к выходу на международный рынок капитала, использование независимой внешней бухгалтерии служит своего рода декларацией о намерениях построить прозрачную финансовую систему, и это, несомненно, является дополнительным аргументом в пользу российской компании в глазах иностранных инвесторов и партнеров.

Объективно аутсорсинг нужен российскому бизнесу как дисциплинирующее начало. Однако массовому и успешному применению этой модели мешают субъективные факторы. В том числе – искаженное представление о сути, фактической стоимости, выгодах и неизбежных недостатках передачи непрофильных бизнес-процессов на сторону.

Когда в России сегодня говорят об аутсорсинге, в графе «минусы» чаще всего оказывается три пункта: «Сторонние исполнители не могут знать всей специфики бизнеса клиента, так как они работают поточным методом», «Повышается риск утечки информации» и «Аутсорсинг стоит денег». Именно в последнем утверждении кроется одна из главных проблем применения аутсорсинга в России.

Ход рассуждений генерального директора российской компании, получившего предложение передать тот или иной бизнес-процесс (определенный участок бухгалтерии) на аутсорсинг, примерно таков: «Зачем отдавать 120 тысяч рублей в месяц, если своему бухгалтеру, который прекрасно справляется с этой работой, всего то и надо платить 30 тысяч?». Вот в этом-то и заключается проблема, даже беда многих российских топ-менеджеров. Они сравнивают аутсорсинг и инсорсинг напрямую.

Такой подход в корне неверен. Ведь нынешняя зарплата одного офисного сотрудника не превышает 20-25 % от всех издержек, включающих затраты на обслуживание рабочего места (электричество, компьютер, Интернет, телефония, уборка, кондиционеры ...), аренду и административно-управленческие расходы, которые постоянно растут.

Значит, реальную стоимость каждого сотрудника следует рассчитывать, умножая зарплату на 4, а то и на 5. А раз так, бухгалтер из приведенного примера, получающий 30 тысяч зарплаты в месяц, на самом деле обходится организации в среднем в 135 тысяч рублей, а то и дороже.

На первый взгляд услуги аутсорсинга и, правда, могут стоить «дорого». Однако если хорошенько посчитать, то может оказаться, что на самом деле, передав те или иные бизнес-функции на сторону, можно даже сэкономить по сравнению с инсорсингом. Хотя, надо отметить, это далеко не главное преимущество аутсорсинга.

Оценивая стоимость выхода на тот или иной рынок, российские предприниматели хорошо понимают: входной билет дорожает день ото дня. Следом же начинается качественное расслоение российских бизнесменов на тех, кто четко представляет себе, сколько стоит потерянный день, и тех, кто пребывает в опасном спокойствии.

Вторая проблема применения аутсорсинга в России состоит в том, что не все российские предприниматели понимают: аутсорсер несёт ответственность за выполнение работы в срок.

Не секрет, что любой российский топ-менеджер или линейный руководитель находится в жесточайшей зависимости от своих подчиненных. Когда сотрудник неожиданно заявляет: «Я ухожу!» – его начальник впадает в легкую панику. Ведь этот работник – не просто «винтик в хорошо отлаженном механизме», а ключ к информации и целому ряду невыполненных, недоделанных работ. Как следствие, большинство российских руководителей вынуждено многое прощать персоналу. В том числе – несвоевременное выполнение порученной работы, что немедленно отражается на бизнесе компании в целом.

В России до сих пор не слишком волнуются, когда свой, штатный сотрудник тратит на выполнение работы в два раза больше времени, чем планировалось. И совершенно напрасно, ведь в итоге работодатель заплатит за эту работу на 80 % больше. Накладные расходы ведь увеличиваются вдвое!

Между тем аутсорсер весьма и весьма заинтересован в выполнении взятой на себя работы в срок. Ведь это одно из его, аутсорсера, конкурентных преимуществ! В противном случае заказчик быстро найдет себе другого, более надежного поставщика услуг. Да и оплата работ аутсорсера, как правило, осуществляется после выполнения задания.

Наконец, следует иметь в виду, что аутсорсинг приносит дополнительную прибыль за счет получения более качественной работы. На внешнем рынке легче найти адекватное предложение, чем внутри компании, по очень простой причине: выбор многократно больше. Одновременно сокращаются возможные потери, и появляется потенциал для повыше-

ния уровня создаваемых продуктов и услуг, и это формирует конкурентное преимущество для любой российской компании.

По оценкам различных зарубежных агентств, совокупный объем мирового рынка аутсорсинга сопоставим с объемами рынков автомобилестроения, электроники и фармацевтики. Вот только в России до сих пор отсутствует консолидированная информация по рынку аутсорсинга. Так же, как нет и надежных рейтингов (за исключением отдельных направлений). В этом кроется ещё одна проблема для применения аутсорсинга в России.

Следующая проблема состоит в том, что многие российские предприниматели переоценивают аутсорсинг, принимая его за панацею. А ведь есть задачи, которые аутсорсеры решать, не способны в принципе.

В каких условиях опасно отдавать бизнес-процессы внешним провайдерам? Прежде всего, к аутсорсингу не стоит прибегать, если обсуждаемый бизнес-процесс жестко связан с принятием решений на стороне заказчика. Как правило, от привлеченного специалиста (например, юриста) ждут совершенно конкретных профессиональных рекомендаций и предложений по узкому вопросу, однако конечную резолюцию накладывает именно заказчик. Исключения составляют разве что отдельные этапы работы или «пакетные» проекты.

Аутсорсинг вряд ли окажется эффективным, если речь идет о выполнении функций «дежурного» или «диспетчера», то есть когда ключевым словом оказывается «оперативность». Дело в том, что аутсорсер просто не способен вести регулярное управление. Классический пример, с которым многие из российских предпринимателей сталкиваются постоянно, – сбой в компьютерной сети, обслуживание которой отдано на аутсорсинг. Именно в этот момент «удаленный» системный администратор может быть занят другим клиентом, либо не в состоянии тут же подъехать в офис. Как следствие организация несёт убытки.

На интуитивном уровне российские предприниматели понимают выгоду аутсорсинга. Однако многочисленные объективные, а еще чаще субъективные барьеры мешают развитию этой модели.

Чего стоит одно только убеждение российских предпринимателей, что аутсорсинг способен привести к «утечке информации», тогда как при инсорсинге этот риск минимален! Недоверие к третьим лицам – глубочайшее заблуждение. Ведь если сотрудники компании (например, бухгалтеры) владеют конфиденциальной информацией, это вовсе не гарантия ее сохранности. Более того, при желании в России можно получить необходимые сведения о фирме у рядовых работников – пусть даже путем подкупа.

Между тем для компании-аутсорсера конфиденциальность принадлежащей заказчику информации – вопрос не просто чести, но порой и элементарного выживания на рынке.

Другая проблема, препятствующая распространению аутсорсинга в России, – элементарная юридическая некомпетентность, а порой и недобросовестность российских менеджеров, далеко не всегда способных хотя бы составить грамотный договор на оказание услуг.

Очевидный камень преткновения – «болезнь первопроходцев». Как первые переселенцы в Северной Америке вынуждены были все делать своими руками, так и некоторым топ-менеджерам кажется, что сторонние специалисты обязательно всё испортят своим не знанием «специфики» деятельности фирмы.

Сегодня в России уже почти невозможно обнаружить организацию, которая не отдавала бы на аутсорсинг те или иные непрофильные бизнес-процессы. Бюджеты, выделяемые на аутсорсинг, все чаще приближаются к размерам фонда оплаты труда управленческого персонала. Для сравнения в Европе затраты на аутсорсинг уже превысили фонды оплаты труда управленческого персонала в три-четыре раза.

Тенденции развития российского рынка показывают, что аутсорсинг бизнес-процессов постепенно становится обычной практикой для крупных российских компаний.

Явные же преимущества, которые приносит аутсорсинг при тщательном поиске партнеров и заключении эффективных контрактов, позволяют предположить его бурный рост в стране уже в ближайшее время.

Список литературы:

1. Хейвуд Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. – М.: Диалектика-Вильямс, 2007. – 176 с.
2. Йордан Э. Аутсорсинг: конкуренция в глобальной гонке за производительностью. – СПб.: Лори, 2006. – 384 с.
3. Бравар Ж., Морган Р. Эффективный аутсорсинг. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 288 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР УПРАВЛЕНИЯ

© Куценко А.В.^{*}, Потехина Е.В.[♦]

Сибирский институт бизнеса, управления и психологии,
г. Красноярск

ОСУ является основой существования количественно определенной системы управления и формой, в рамках которой протекают изменения, зреют предпосылки для перехода системы в целом в новое качество. Вместе с тем ОСУ является наиболее консервативным элементом системы управления. Этот консерватизм объясняется не только тем, что изменения ОСУ затрагивают интересы целых коллективов, но и объективными требованиями сохранения устойчивости системы.

Организационная структура управления (ОСУ) – это внутреннее строение любой производственно-хозяйственной системы, то есть способ организации элементов в систему, совокупность устойчивых связей и отношений между ними.

В первой половине XX века доминирующими были сначала линейные и функциональные организационная структура управления, а затем их комбинации. Во второй половине крупные западные корпорации стали практически повсеместно переходить к дивизиональным структурам.

Переход к дивизиональной ОСУ был значительным шагом вперед к созданию условий для ускорения научно-технического развития производства. Руководители высшего звена стали больше уделять внимания вопросам перспективного развития производства. Децентрализация оперативного управления производством стала сочетаться с жесткой системой финансового контроля и с централизацией НИОКР. Однако наряду с положительными моментами проявились и негативные стороны дивизиональных структур. Открывшиеся возможности для расширения ассортимента выпускаемой продукции вызвали в ряде фирм усиление диверсификации производства. Этот процесс в его экстремальной форме привел к появлению фирм-конгломератов, занимающихся производством совершенно разных по своему характеру видов продукции, руководствуясь лишь стремлением обеспечить наибольшие прибыли. Многие из них в условиях ухудшения общего экономического положения и усиления конкуренции потеряли управляемость и потерпели банкротство. Также серь-

^{*} Студент третьего курса, группа 125 БМ, направление «Менеджмент»

[♦] Доцент кафедры Экономики и менеджмента

езным недостатком дивизиональной ОСУ явилось увеличение затрат на содержание административно-управленческого персонала. Опыт многих крупных компаний показал, что дивизиональная ОСУ может способствовать повышению эффективности управления лишь до определенных пределов, после чего начинают ощущаться все большие трудности.

Одной из самых главных проблем ОСУ постепенно становилась проблема гибкости. Эту проблему пытались решить, создавая новые варианты комбинированных структур путем внедрения в основной костяк (например, линейно-функциональной) структуры новых элементов, что вызвало к жизни новые ОСУ, такие как с временными (создаваемыми на срок) органами, с комитетами, управление по проекту (продукту, объекту), матричные структуры и т.д. Все эти варианты ОСУ получили общее название программно-целевых структур. При этом роль и место руководителя программы меняется в зависимости от условий, в которых осуществляется управление. Необходимо отметить существенное отличие ОСУ программно-целевого типа от структур механистического типа, состоящее в том, что в основе, например, линейно-функциональной, лежит комплексное управление объективно складывающимися подсистемами, в то время как программно-целевые структуры базируются на комплексном управлении всей системой в целом, как единым объектом, ориентированным на определенную цель.

Современными модификациями программно-целевых ОСУ являются венчурные и инновационные. Крупные фирмы интегрируют такие структуры в свой менеджмент. Это наиболее перспективный путь мобильного реагирования на быстро меняющиеся условия рынка.

Таким образом, эволюция ОСУ в XX веке однозначно показывает, что совершенной, универсальной структуры нет, и процесс поиска будет продолжаться и в нынешнем столетии. Следует отметить, что существует и другая точка зрения, состоящая в том, что совершенной, идеальной ОСУ нет и быть не может. Это так называемая концепция «размороженной системы» или организации без ОСУ. Последователи этой концепции считают, что время «организованных организаций» прошло и что современная экономика вступает в такой этап, когда особую важность приобретает самоорганизация. Не отрицая важности самоорганизации, следует признать, что задача поиска эффективных ОСУ остается актуальной.

Во второй половине XX века в ряде наиболее эффективных компаний происходили процессы, которые позволяют сделать некоторые предположения, относительно ОСУ будущего.

Эдхократические организации

Идея формирования эдхократической организации зародилась еще в середине века в американской компании «Хьюлет-Паккард». Эдхократия – это одновременно и ОСУ и управленческий стиль. Важнейший параметр

эдхократии – компетентность. Вокруг этого и строится вся деятельность: система стимулирования, высокая степень свободы в действиях работников, преобладание горизонтальных связей, преимущественно неформальный характер взаимодействия персонала (даже по вертикали) и т.д. Отсюда следует, что ОСУ эдхократической организации порой жестко не определена, иерархическое строение ее может довольно часто изменяться, у менеджеров не всегда есть жесткая привязка к определенной сфере деятельности. ОСУ эдхократической организации, наиболее эффективен там, где преобладает стохастический характер деятельности: НИОКР, консультационно-нововведенческая деятельность и т.п.

Многомерные организации

Дальнейшее совершенствование организации ОСУ получила в 70-е годы в развитии специальных горизонтальных механизмов матричного типа, действующих в рыночно-сбытовом направлении. Наиболее характерна здесь была структура американской химической корпорации «Дуо корнинг». Переход к новой ОСУ был обусловлен невысокой эффективностью существовавшей дивизиональной структуры, которая выражалась в недостаточной координации разных отраслей производства корпорации, использующих общие источники химического сырья, что в свою очередь приводило к снижению эффективности процесса управления. Основу многомерной структуры составили 9 центров бизнеса. Каждый из них являлся «центром планирования» и одновременно «центром прибыли» по определенной группе товаров. На корпоративном же уровне были созданы «глобальные центры бизнеса», которые вырабатывали стратегию по своему направлению и обеспечивали разрешение межфункциональных конфликтов по данной группе товаров. Высшим органом управления стал корпоративный совет бизнеса, который устанавливал общекорпоративные цели и стратегию, осуществлял общекорпоративный контроль. Несколько по-иному рассматривал сущность многомерных организаций Р. Акофф. Основная его идея заключалась в том, что, во-первых, каждое подразделение в многомерной структуре может быть организовано, как и компания в целом, во-вторых, многомерные структуры применимы абсолютно к любому подразделению организации. Это дает возможность предоставления автономии подразделениям организации и создает некоторое подобие рынка внутри ее. Р. Акофф выделил следующие основные преимущества многомерной ОСУ:

- максимально благоприятные условия для делегирования полномочий;
- четко фиксируемая мера эффективности - получаемая прибыль;
- автономность реорганизации отдельных подразделений.

Партисипативные организации

Организации такого типа связаны, прежде всего, с проблемой человеческого фактора. То есть Партисипативные организации или организации, построенные на участии работников в управлении, предоставляют своим членам возможность участвовать в решении вопросов, касающихся их работы. Элементы такой организации были задействованы в СССР в середине 80-х годов, когда осуществлялась выборность руководителей, функционировали Советы трудовых коллективов (СТК) и т.п. При формировании партисипативных организаций необходимо очень четко разделить такие вещи как власть, иерархия и демократия, иначе могут возникать ситуации, когда, например, СТК вмешивается в профессиональные (чисто технические) вопросы подотчетных им руководителей и т.д. Представляется, что такие организации весьма перспективны, но по-настоящему эффективны они могут стать только при условии, если в компании сформирована действенная система самоуправления. Именно система, а не отдельные ее элементы, как было в СССР.

Сетевые организации

В условиях расширения и диверсификации производства успех достигается децентрализацией управления и это стало главной тенденцией развития организационных форм крупных компаний. Процессы децентрализации и разукрупнения неразрывно связаны с поэтапным переходом от линейно-функциональных к дивизиональным и матричным структурам управления и от них – к сетевым организациям. Последняя форма получила широкое распространение в мировой практике как наиболее надежное средство выживания предприятий, прежде всего, малого бизнеса в условиях жесткой рыночной конкуренции. Под сетевыми организациями понимаются кооперационные соглашения, объединяющие, как правило, малые и средние компании. Сети представляют собой достаточно гибкую структуру, позволяющую входящим в нее компаниям конкурировать между собой, привлекать новых партнеров и одновременно организовывать и координировать деятельность своих членов. Сетевые организации объединяют два противоположных принципа – конкуренцию и кооперацию. Особое значение приобретают вопросы определения степени децентрализации и разукрупнения, так как отклонения в ту или иную сторону ведут к отрицательным последствиям. Хотя сетевые организации обладают чертами, отличающими их от других организационных форм, они могут соединять в себе элементы разных ОСУ. «В итоге сетевая организация включает в себя элементы специализации функциональной формы, автономность дивизиональной структуры и возможность переброски ресурсов матричной организации». Переход к сетевой структуре, как правило, происходит постепенно, то есть традиционная иерархия должна последовательно замещаться на более «плоские» структуры прямого сотрудничест-

ва, в которых постепенно вытесняются бюрократические отношения. При этом существенно меняется роль менеджеров. В сетевой структуре все менеджеры оказываются практически в равных условиях, иерархия исчезает.

При этом происходит отмирание большей части контрольно-распорядительных функций менеджеров. Вместо них появляются функции, связанные с лидерством в данном коллективе, то есть, прежде всего, подбор команды, организация совместной работы, обучение, а также представительские функции. По мере развития новейших информационных технологий, средств телекоммуникаций сетевые структуры могут постепенно трансформироваться в новый вид – виртуальные структуры.

Спроектировать достаточно эффективную структуру управления – значит, определить такое соотношение её организационных элементов, при котором наиболее оперативно и своевременно выполняются требования объекта управления, а также обеспечивается плодотворное взаимодействие с внешним окружением. В процессе построения организации необходимо исходить из положения, что организационная структура представляет собой поведенческую систему, в которой люди и образуемые ими группы постоянно вступают в различные взаимоотношения для решения общих задач. Среди условий, оказывающих воздействие на разработку оргструктур, помимо технологии работы, внешних условий, динамики рынка и прочих факторов следует учитывать поведение работников предприятия.

Список литературы:

1. Акимова Т.А. «Теория организации» [текст] / Т.А. Акимова. – М.: Юнити, 2003. – 368 с.
2. <http://www.psych.ru>.
3. Хохлова П.Т. Эволюция методологии организационного проектирования: динамическое горизонтальное структурирование. [текст] / Т.П. Хохлова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2006. – № 4. – С. 12-25.
4. Кравченко К.А. Эволюция систем управления крупной промышленной компании. [текст] / К.А. Кравченко // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – № 1. – С. 84-92.

Секция 2

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ

ФОРМЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ РЕНТЫ И ИХ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ

© Заббарова А.Ш.*

Чистопольский филиал «Восток» Казанского государственного
технического университета им. А.Н. Туполева, г. Чистополь

В данной статье выявлены формы интеллектуальной ренты, в качестве которых выступают монопольная интеллектуальная рента, дифференциальная интеллектуальная рента и абсолютная интеллектуальная рента и представлено распределение дохода от интеллектуальной ренты, которое следует осуществлять с учетом особенностей её форм.

Интеллектуальная рента – это сверхприбыль, получаемая при использовании воспроизводимых, не связанных с эксплуатацией природных ресурсов, интеллектуальных факторов производства, прежде всего интеллектуального капитала. Она образуется за счет надбавки к средней цене реализации интеллектуальной собственности, продажи патентов и лицензий и гудвилла инновационно активных предприятий [4, С. 19], если они получили широкое распространение и приносят сверхдоходы (рис. 1).

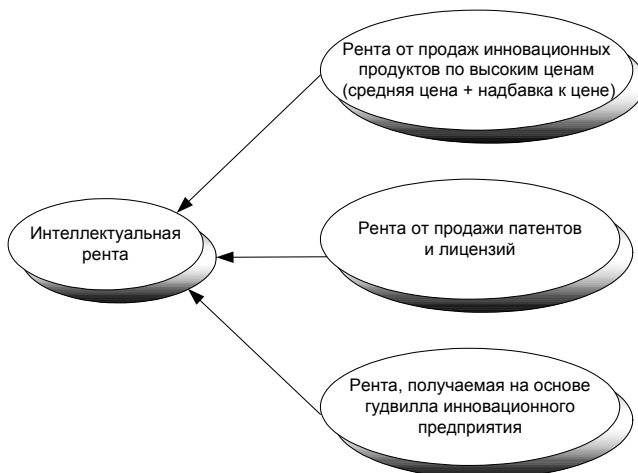


Рис. 1. Слагаемые образования интеллектуальной ренты

* Старший преподаватель, канд. экон. наук

Интеллектуальная рента служит главным стимулом для повышения инновационной активности. В интеллектуальном производстве в цену интеллектуального продукта уже включена рента на интеллектуальный капитал. Таким образом, цена на инновационный продукт делится на три части:

Первая часть возмещает издержки на все виды капитала (как материальные, так и нематериальные).

Вторая представляет собой ренту на интеллектуальный капитал.

Третья часть – доход собственника традиционных видов капитала в сфере, в которой функционирует интеллектуальный капитал.

В современной российской экономике вопрос о хозяйственном механизме распределения и использования интеллектуальной ренты является одним из самых актуальных и сложных, т.к. если нет реального механизма учета образования, распределения и использования интеллектуальной ренты, то нет и реального воздействия этого инструмента на развитие инновационной сферы. Сложность разработки реального хозяйственного механизма учета образования, распределения и использования интеллектуальной ренты проистекает из-за отсутствия аналога и опыта этой работы в нашей стране.

Закономерности образования интеллектуальной ренты и характера прав собственности на интеллектуальные продукты и инновации определяют принципиальные основы распределения и использования интеллектуальной ренты. При определенных условиях механизм распределения интеллектуальной ренты может стать фактором воздействия на эффективное использование объектов интеллектуальной собственности. Более конкретно это может выражаться в том, что интеллектуальная рента должна стать источником покрытия затрат, и в тоже время должна стать источником развития всей инновационной сферы.

Интеллектуальная рента представляет собой форму экономической реализации различных видов собственности на ценные интеллектуальные продукты – инновации. Все инновации как экономические блага количественно ограничены, а как товары – качественно разнородны. Поэтому можно выделить три формы интеллектуальной ренты: монопольную, дифференциальную и абсолютную.

Экономической формой реализации объектов интеллектуальной собственности уникального качества выступает *монопольная интеллектуальная рента*. Степень уникальности таких инноваций является абсолютной, так как они представлены в единственном экземпляре не только в стране, но и в мире. Она ведет к реальной возможности установления на такие инновации чистой монополии, которая порождает на рынке монопольно высокие цены и позволяет получать монопольно высокие доходы владельцам уникальных объектов интеллектуальной собственности. Объекты

интеллектуальной собственности – авторские права, лицензии, «ноу-хау», тиражи и др. – приносят их собственникам фиксированный избыточный доход, который и является денежным выражением монопольной интеллектуальной ренты.

Экономическим условием образования *дифференциальной интеллектуальной ренты* являются различия в качестве и ценности инноваций.

Дифференциальная интеллектуальная рента I рода есть дополнительный доход, возникающий при использовании лучших и средних по ценности интеллектуальных продуктов. Товар высокого качества, в том числе и интеллектуальный продукт, имеет более высокую цену по сравнению с аналогичным продуктом низкого качества. Следовательно, в более высокой цене качественного товара заложен более высокий рентный доход.

Дифференциальная интеллектуальная рента II рода связана с получением дополнительной прибыли, получаемой при использовании объектов интеллектуальной собственности, повысивших свою ценность в результате дополнительных инвестиций. В настоящее время инвестиции в интеллектуальные продукты быстро окупаются и приносят более высокую прибыль, чем традиционные отрасли промышленности.

Монополия частной собственности на интеллектуальный продукт является причиной, обеспечивающей наличие *абсолютной интеллектуальной ренты*. Всякая инновация по уровню полезности превышает обычные товары. Она обладает дополнительной полезностью, т.к. улучшает качество продуктов и технологий производства, уменьшает издержки. Поэтому объекты интеллектуальной собственности будут стоить дороже, чем обычный массовый продукт, принося дополнительный доход. В условиях рыночной экономики для получения абсолютной интеллектуальной ренты преобладающим субъектом инновационной деятельности становится специалист – инноватор, выступающий как движущая сила изменений экономической системы. Специалист – инноватор может являться и изобретателем, и научным работником, и предпринимателем, т.е. является «духовным творцом новых комбинаций» [5, С. 86] и претворяет их в жизнь.

Распределение является отдельной стадией воспроизводства, связующим звеном между производством, обменом и потреблением. Распределение активно влияет на другие стадии воспроизводственного процесса. Обоснованное распределение способствует повышению эффективности исходной и конечной стадий воспроизводства – производства и потребления.

Дифференциальная интеллектуальная рента I рода принадлежит собственнику более ценных интеллектуальных продуктов и услуг. Если собственник более ценных интеллектуальных продуктов сам является их пользователем, то выделять дифференциальную интеллектуальную ренту I рода из общей суммы получаемой прибыли от использования интеллекту-

альных продуктов нецелесообразно. В случае же передачи более ценных интеллектуальных продуктов и услуг в аренду различным юридическим и физическим лицам эти лица должны передавать дифференциальную интеллектуальную ренту I рода арендодателям. При этом указанная рента может составлять лишь часть арендной платы, в которую наряду с дифференциальной интеллектуальной рентой I рода входит и плата за арендуемые помещения, компьютеры, принтеры, оргтехнику, транспортные средства и другое арендуемое имущество.

Выделение и передача собственнику дифференциальной интеллектуальной ренты I рода является составной частью механизма реализации собственности на более ценные интеллектуальные ресурсы, а также способом выравнивания экономических условий хозяйствования и согласования экономических интересов субъектов рыночной экономики, владеющих интеллектуальными ресурсами и использующих их в своих интересах.

Определенную специфику имеет распределение дифференциальной интеллектуальной ренты II рода, возникающей при дополнительных инвестициях в повышение ценности интеллектуальных продуктов и услуг [1, С. 28]. Если такие инвестиции выделяет собственник инвестиционных ресурсов, то возникающий дополнительный доход (основой которого является дифференциальная интеллектуальная рента II рода) должен получать этот собственник. В случае же, если дополнительный доход от использования более ценных интеллектуальных продуктов получает их арендатор, то в течение срока аренды образующуюся дифференциальную интеллектуальную ренту II рода будет получать арендатор. В дальнейшем же собственник более ценных интеллектуальных ресурсов учтет их высокую ценность и отдачу и повысит сумму арендной платы за использование этих ресурсов. Тогда для получения дифференциальной интеллектуальной ренты II рода арендатор должен снова осуществить инвестиции в повышение качества и ценности используемых инвестиционных ресурсов.

Абсолютная интеллектуальная рента, образующаяся в условиях частной собственности на интеллектуальные продукты, полностью принадлежит частному собственнику более ценных интеллектуальных продуктов и является экономической формой реализации частной собственности на эти продукты. Поэтому распределение абсолютной интеллектуальной ренты не представляет особых трудностей и споров.

То же самое можно сказать и о монопольной интеллектуальной ренте, которая возникает у собственников особо ценных, уникальных по своим потребительским свойствам интеллектуальных продуктов. Монопольная интеллектуальная рента безоговорочно должна поступать собственнику этой уникальной инновации.

Особенности распределения каждой формы интеллектуальной ренты показаны на рис. 2.

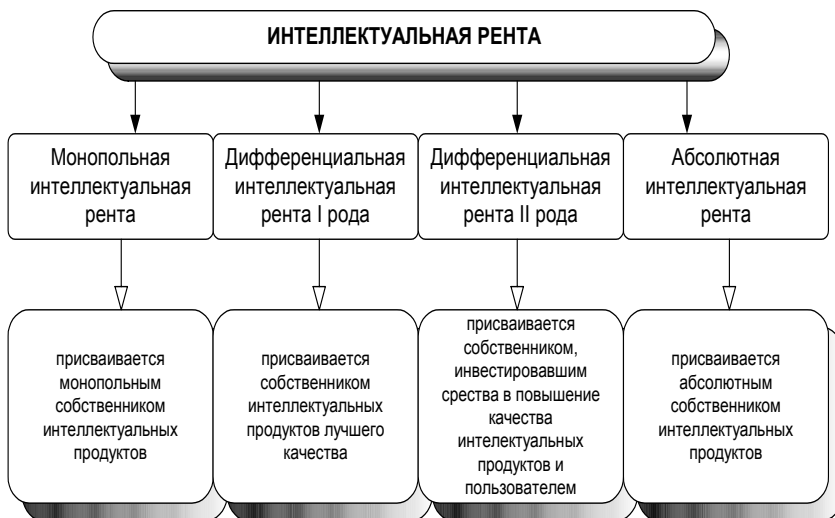


Рис. 2. Формы интеллектуальной ренты и их распределение

Таким образом, с учетом особенностей дифференциальной, абсолютной и монопольной интеллектуальной ренты следует осуществлять обособленное распределение каждой конкретной формы информационной ренты, прежде всего, передавая ее собственнику.

Список литературы:

1. Инновационная экономика. 2-е изд., исправленное и дополненное. – М.: Наука, 2004. – С. 28.
2. Колесниченко С.И. Информация как товар в условиях современной экономики. – Орел: ВИПС, 1999. – С. 14.
3. Научно-технический прогресс и экономика: Учеб. пособие / И.В. Снегирев, И.И. Веретенникова, А.И. Сергеев; Под ред. И.В. Сергеева. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004. – С. 160.
4. Скоблякова И.В., Артюшина Е.М. Интеллектуальная рента: сущность, виды, механизм формирования и распределения в инновационной экономике //«Инновация». – 2006. – №4 (91), май. – С. 19-23.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – С. 86.

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ

© Ковалёва Ю.В.*

Департамент экономического развития Приморского края,
г. Владивосток

Статья содержит попытку автора на основе анализ различных исторических и современных теорий формирования доходов населения, предложить уточнённую систему принципов, которые позволяют сформировать основу определения доходов населения в современных экономических условиях развития России.

В экономической теории проблемы формирования доходов относятся к числу традиционных, фундаментальных.

Теорию доходов начали разрабатывать классики политической экономии, которые в труде и материальном производстве (земледелии и промышленности) видели единственный источник богатства населения. От Уильяма Петти, начавшего с создания политической арифметики [2], политическая экономия во времена Адама Смита [5] и Давида Рикардо [3] становится наукой, где теории формирования доходов и распределения заняли подобающее им место.

В исторической ретроспективе развитие экономики и общества определяло эволюцию подходов к формированию понятия доходов населения. Взгляды экономистов менялись в зависимости от экономических отношений в обществе, способа производства, формы собственности и роли государства в производственном процессе.

Доходы населения представляют собой средства, необходимые для поддержания физического, морального, экономического и интеллектуального состояния человека на определенном уровне удовлетворения его потребностей.

Любой человек получает свой доход от одного из принадлежащих ему лично факторов производства. Доход, полученный от труда, называется заработной платой. Доход, получаемый с капитала лицом, лично употребляющим его в дело, называется прибылью. Доход, получаемый с капитала лицом, не употребляющим его в дело, а ссужающим его другому лицу для производительного применения, называется процентом или денежным ростом. Доход, полученный целиком с земли и присваиваемый землевладельцем, называется рентой.

* Канд. экон. наук

Доходы бываю первичными и вторичными (или перераспределенными). Однако доходы, основывающиеся на перераспределении собранных государством налогов, в конечном итоге получаются за счет все тех же первичных факторов производства. Они – результат перераспределения заработной платы, прибыли и ренты, которые получают служащие в форме окладов; престарелые – в форме пенсий, различных рентных выплат, социальных выплат и пособий.

На наш взгляд, подходы к определению доходов также как и экономическое содержание данной категории, изменялись параллельно с трансформацией экономических отношений в обществе, при этом объективно отражая неизбежные идеологические и политические реалии той или иной страны в конкретный исторический период.

В советский период в России исследования теоретиков политэкономии социализма базировались на постулатах классиков марксизма-ленинизма. Исходными пунктами исследований были общественная собственность на средства производства и вытекающие из этого факта социалистические производственные отношения. Доход определялся как часть общественного продукта, который является результатом производства, и в форме стоимости образует национальный доход. В процессе распределения и перераспределения национальный доход принимал форму различных видов первичных и вторичных доходов населения, социалистических предприятий, государства. Источники получения доходов не имели факторного характера.

Государственная политика доходов декларировала непрерывный рост уровня жизни всего населения и постепенное выравнивание уровня доходов различных социальных групп.

Реальная обстановка советского времени частично соответствовала идеологической схеме. Действительно наблюдался устойчивый рост номинальных доходов у большинства социальных групп. В течение нескольких десятилетий не было ярко выраженной открытой инфляции, но при этом существовал хронический потребительский дефицит, что снижало эффект роста денежных доходов населения.

Заработная плата была основным источником трудовых доходов населения. Декларировалось, что заработная плата всегда и везде должна быть заработной и определять уровень благосостояния экономически активных слоев населения [4, С. 47]. В то же время оплата труда в значительной мере устанавливалась централизованно и, как правило, в отрыве от конечных результатов работы и трудового вклада работника. Формально существовал закон распределения по труду, а фактически повсеместно действовали два отклонения от этого принципа: (1) «уровниловка», когда трудящиеся получали примерно один и тот же эквивалент оплаты за разный труд; и (2) бюрократически обусловленное социальное неравенство, пред-

полагающее многочисленные привилегии и льготы для номенклатуры и членов их семей.

Со временем политика доходов все больше деформировалось из-за падения стимулирующей роли заработной платы и остаточного принципа формирования социальной обеспечения.

Перестроечные реформы, начатые в 90-х годах, коренным образом изменили структуру доходов населения, разрушив социалистические принципы ее формирования. С одной стороны, появились возможности для проявления предпринимательских способностей, более полной реализации знаний и умений работников, активизации трудовой деятельности, с другой – ухудшились общеэкономические условия формирования доходов российских граждан, снизилась их социальная защищённость, резко возросла экономическая и социальная дифференциация доходов. В результате проведения «шоковых» реформ более половины населения страны по уровню реальных доходов оказалось за чертой бедности, деформировалась структура денежных доходов населения – снизилась составляющая официальной заработной платы (трудовых доходов) и увеличилась доля «скрытых» (теневых) доходов.

Переходный статус экономики России, реформирование политической и общественной систем, смена идеологических постулатов вывели проблемы теории доходов, связанные с исследованием денежных доходов населения, на стадию становления.

Радикальные рыночные преобразования в стране и сопровождавший их кризис существенно изменили отношения между людьми по поводу определения доли каждого члена общества в созданном продукте, в решающей степени зависящей от отношений собственности. Как следствие, меняется и система источников формирования доходов населения. Распределение доходов в условиях рынка строится на том, что каждый собственник факторов производства получает свой доход в зависимости от спроса и предложения на этот фактор и от предельной производительности каждого фактора. Собственники рабочей силы получают доход в виде заработной платы в зависимости от того, какую работу они выполняют и как они это делают, т.е. основным критерием распределения в данном случае является труд. Доход собственников средств производства и денежного капитала определяется размерами собственности и условиями её реализации и принимает форму процента, ренты, предпринимательской прибыли. Все эти виды доходов образуют взаимосвязанную систему, поскольку формируются в процессе производства новой стоимости.

Рыночная система порождает действенную систему трудовой и предпринимательской мотивации граждан, основанной не на принуждении, а на материальной заинтересованности, стремлении к максимизации своего общего дохода от использования всех имеющихся факторов, росту лично-

го богатства, зависимости результата от трудового вклада и предпринимательского риска. Прибыль становится целью и мощным двигателем повседневной деятельности.

Исходная предпосылка рыночной экономики – свобода предпринимательства, самостоятельность субъектов хозяйствования. Стоимость имеет любой материальный продукт и любая услуга, которые реализуются на рынке.

В основу определения всех показателей доходов населения в рыночной экономике положена концепция доходов Дж. Хикса. Согласно которой доход – это «максимальное количество средств, которое индивид может потратить в течение данной недели и которое он ожидает тратить в течение каждой следующей недели» [8, С. 292].

Отечественные экономисты ведут активный поиск различных подходов к определению понятия «доходы населения» в новых условиях становления рыночных экономических отношений. Этому вопросу посвящены работы Н.Н. Михеевой [1], Н. Римашевской [4], А.В. Суворова [6], А.Е. Суринова [7] и многие другие. Несмотря на обилие определений, можно выделить два концептуальных подхода: (1) макроэкономический (или общетеоретическим), который позволяет оценить роль населения в целом как особой части социально-экономической системы, и (2) микроэкономический (или более конкретный), который связан с исследованием процессов формирования, распределения, перераспределения и использования доходов населения.

Мы считаем, что важно найти такое определение дохода, которое в практической жизни указывало бы «... людям, сколько они могут потребить, не делая себя при этом беднее» [8, С. 289]. Изучив историю вопроса, проанализировав с теоретической точки зрения сущность доходов населения, рассмотрев палитру исторических подходов и современных взглядов на проблему формирования доходов домашних хозяйств, можно сделать следующее заключение, что доход – как экономическая категория – выражает сложный комплекс экономических отношений, в которых вся вновь произведённая стоимость распределяется между собственниками факторов производства, принимая ту или иную форму. Доходы отражают взаимоотношения владельцев факторов производства и государства (при этом и государство может являться владельцем факторов производства) по поводу присвоения и потребления конкретной доли, созданных благ и услуг.

Таким образом, можно сформулировать следующие принципы для определения доходов домашних хозяйств, которые подразделяются на:

– *принципы утверждения:*

1. Доходы домашних хозяйств формируются в результате экономического производства, при котором осуществляются затраты одного или

нескольких факторов производства, принадлежащих домашнему хозяйству.

2. Доходы – это часть валовой добавленной стоимости, которая поступает в распоряжение домашних хозяйств.

– *принципы отрицания:*

3. Не все поступившие деньги являются доходами домашних хозяйств.

4. Не может быть источником дохода выручка от реализации имущества домашнего хозяйства и принятых финансовых обязательств.

5. Не является доходом прирост стоимости имущества в результате случайных причин (форс-мажорных, непредвидимых и случайных обстоятельств и др.).

Таким образом, нами сохранены все основополагающие принципы опрелделения доходов, разработанные классиками политэкономии, с уточнением их теоретическими выводами современных учёных. В то же время особо подчеркнута формирующая роль экономической деятельности в процессе образования доходов и усилена необходимость разграничения доходных потоков населения и иных денежных и натуральных поступлений домашних хозяйств. Необходимо чётко разделить такие понятия как «доход» и «перераспределённые поступления», «денежные поступления» и «натуральные поступления», «активы» и «имущество» домашних хозяйств.

Список литературы:

1. Михеева Н.Н. Доходы населения как фактор экономического роста региона (пример Хабаровского края) // Мат-лы региональной научно-практической конференции «Стратегия развития Дальнего Востока: возможности и перспективы», 12-13 февраля 2003 г. Т. 1. – Хабаровск: Дальневост. гос. науч. б-ка, 2003.

2. Петти У. Экономические и статистические работы. – М.: Соцэкиз, 1940.

3. Рикардо Д. Начало политической экономии (Отдельные главы) // Классика экономической мысли: В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо, Дж. Кейнс, М. Фридман. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2000.

4. Римашевская Н.М., Римашевский А.А. Равенство и справедливость. – М.: Финансы и статистика, 1991.

5. Смит А. Исследование о причинах и природе богатства народов. Книга I-III. – М.: Наука, 1992.

6. Суворов А.В. Проблемы анализа дифференциации доходов и построение дифференцированного баланса денежных доходов и расходов населения // Проблемы прогнозирования. – 2001. – № 1.

7. Суринов А.Е. Доходы населения. Опыт количественных измерений. – М.: Финансы и статистика, 2000.

8. Хикс Дж. Стоимость и капитал / под общ. ред. Р.М. Энтова. – М.: Издательская группа «Прогресс», 1993.

ЧАСТНАЯ ТОРГОВАЯ МАРКА (PRIVAT LABEL) КАК ИНСТРУМЕНТ МИНИМИЗАЦИИ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ

© Кондратов М.В.*

Челябинский государственный университет, г. Челябинск

В статье рассмотрен процесс обмена и возникновение в процессе обмена транзакционных издержек. Рассмотрена категория частная торговая марка, как инструмент снижения транзакционных издержек в процессе обмена между экономическими субъектами на примере модели Лэндса – Познера.

Критика положения неоклассической теории о том, что обмен происходит без издержек, послужила базисом для введения в экономический анализ нового понятия – транзакционные издержки (transaction cost). О возможности существования издержек обмена и об их влиянии на решения обменивающихся экономических субъектов, писал еще Менгер в работе «Основания политической экономии» [1]. По его мнению экономический обмен происходит только тогда, когда каждый участник обмена (акта мены) получает какое-либо приращение ценности к ценности существующего набора благ. Например, в обмене участвует два экономических субъекта. Первый экономический субъект имеет благо А, обладающее ценностью W , а второй благо В с такой же ценностью W . В результате произошедшего между ними обмена ценность благ в распоряжении первого будет $W + x$, а второго – $W + y$. Из этого можно сделать вывод, что в процессе обмена ценность блага для каждого участника увеличилась на определенную величину.

Этот пример показывает, что деятельность, связанная с обменом, есть не напрасная трата времени и ресурсов, а такая же продуктивная деятельность как производство материальных благ. Исследуя обмен, нельзя не остановиться на пределах обмена. Обмен будет происходить до тех пор, пока ценность благ в распоряжении каждого участника обмена будет, по его оценкам, меньше ценности тех благ, которые могут быть получены в

* Аспирант кафедры Экономической теории

результате обмена. Этот тезис верен для всех контрагентов обмена. [1] Пользуясь символикой вышеуказанного примера, обмен происходит, если $W(A) < W + x$ для первого и $W(B) < W + y$ для второго участников обмена, или если $x > 0$ и $y > 0$.

В реальной экономике в процессе обмена благами между экономическими субъектами возникают определенные издержки, связанные со сбором и обработкой информации, проведения переговоров и принятия решения, контроля и юридической защиты выполнения контракта. Такие издержки в экономической теории принято называть транзакционными. В свою очередь выделяют пять типов транзакционных издержек:

- издержки поиска информации;
- издержки ведения переговоров;
- издержки измерения;
- издержки спецификации и защиты прав собственности;
- издержки оппортунистического поведения.

В настоящей работе рассмотрим как частную торговую марку как механизм снижения издержек, связанных с поиском информации.

Годом рождения частной торговой марки англоязычный вариант (private label) считается 1869 год, а его родиной Англия. Однако широкое распространение собственная торговая марка в Европе получила лишь в 70-ые годы XX века. Для России же это пока новое направление, которое появилось сравнительно недавно – в 2001 году. Существует два основных варианта использования собственной торговой марки:

1. используется собственное имя торговой фирмы
2. другое название, но в этом случае на упаковке указывается, что продукция произведена специально для данной торговой фирмы.

В Европе и США рынок частных торговых марок (private label) был самым динамичным среди продовольственных рынков. Например, с 1993 по 1997 год во Франции рынок частных торговых марок (private label) вырос на 60,3 %. Эксперты связывали такой рост с изменением имиджа частных торговых марок (private label) от дешевых низкокачественных товаров к недорогим качественным товарам. Основную часть частных торговых марок (private label) в Европе и США производят специализированные производители собственных марок, объединенные в Ассоциацию производителей собственных марок. Численность членов ассоциации выросла за 20 лет более чем в 10 раз [2].

Актуальность производства и реализации товаров под частными торговыми марками фирмой розничной торговли обусловлена тем, что торговая фирма хочет зарабатывать больше и при этом иметь низкие, более привлекательные для потребителей цены. Если магазин продает только известные торговые марки производителя, ему рано или поздно придется либо договариваться со своим поставщиком о более низких ценах,

либо снижать собственную наценку, что имеет определенный предел. Для увеличения прибыли розничному торговому предприятию целесообразно выпускать товар под частной торговой маркой. Поскольку весь объем такой продукции реализуется через торговую фирму, производителю не нужно широко рекламировать товар и заниматься его продажей. Из-за этого закупочная и соответственно конечная цена товара под частной торговой маркой торгового предприятия оказывается ниже стоимости товаров выпускаемых производителями под собственными торговыми марками от 5-35 %.

Эксперты рекомендуют продавать товары под частной торговой маркой (private label) в розничных торговых магазинах дискаунтного формата.

Наличие частных торговых марок (private label) позволяет магазинам:

- полностью контролировать процесс образования цены;
- сокращать расходы на продвижение товаров;
- предлагать покупателям под частной торговой маркой все товары без исключения, в том числе овощи и фрукты.

Выделяют следующие особенности частных торговых марок (private label).

1. По данным западных исследований, до 60 % потребителей считают, что товары, продаваемые под частной торговой маркой торговой фирмы превосходят по качеству, разнообразию и вкусу национальные бренды.

2. Наиболее привлекательны для потребителей цена на товар и его новизна.

3. Наибольшее доверие к собственным торговым маркам испытывают потребители старше 50 лет и моложе 20 (по западным оценкам).

4. Объем продаж при выходе на рынок товаров под частной торговой маркой зависит от уровня инструктажа персонала конкретного магазина, его нацеленности на рекламирование товара, а также от рекламно - маркетинговой поддержки (реклама на месте продажи, промоушн - акции, реклама в периодических изданиях сети).

5. Сбои в качестве товаров, продаваемых под частными торговыми марками, негативно отражаются на имидже торговой марки в целом. Поэтому торговому предприятию необходимо обеспечить безупречное качество товара, технологии его производства, хранения и перевозки.

6. Ввод частных торговых марок в ассортимент не должен сопровождаться принудительным выводом руководством розничной сети других товаров – конкурентов с полок магазинов. Отсутствие популярных марок приводит к недовольству покупателей и снижению лояльности потребителей к магазину в целом [2].

Рассмотрим взгляд со стороны экономической теории на продажу товаров под частной торговой маркой. Покупка товаров в магазине осуще-

ствляется покупателем в условиях асимметричной информации, т.е. состояние, когда участники экономической сделки имеют разную информацию о предмете сделки. Информированного в относительно большей степени участника сделки в нашем случае продавец – торговая фирма принято называть агентом, информированного в меньшей степени участника сделки покупатель – домохозяйство называют принципалом.

Для анализа процесса обмена между экономическими субъектами применим модель Лэндса – Познера [3]. В соответствии, с которой частная торговая марка косвенно сообщает потребителю информации о свойствах того или иного блага, снижая тем самым уровень неопределенности. В модели Лэндса – Познера полная рыночная цена блага, т.е. совокупные затраты, которые готов понести принципал (потребитель) складывается из двух составляющих: денежной цены товара и издержек принципала на поиски и измерения качества продукции. Получается:

$$П = P + H, \quad (1)$$

где $П$ – полная цена товара;

P – денежная цена товара;

H – трансакционные издержки принципала.

При условии лояльности принципала к частной торговой марки (private label) трансакционные издержки принципала стремятся к нулю и полная цена сделки стремится к денежной цене товара.

В свою очередь агенту (торговой фирме) частная торговая марка позволяет повысить лояльность принципала (потребителя) к агенту (торговой фирме), что в свою очередь позволяет агенту увеличивать долю на рынке определенных благ.

Список литературы:

1. http://www.masters.donntu.edu.ua/2001/fem/zhamoyda/publ_3.htm.
2. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк – М.: КНОРУС, 2008. – 120 с.
3. Институциональный анализ интеллектуальной собственности: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА – М., 2005. – 192 с. – (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова).

МЕСТО МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КЛАСТЕРАХ

© Красавин Е.М.*

Нижегородский филиал Государственного Университета
Высшая Школа Экономики, г. Нижний Новгород

В статье проанализировано занимаемое малыми предприятиями место в производственных кластерах на примере двух основных существующих моделей: монополярной и полиполярной. Приведены отличия местоположения в зависимости от критериев управления и организации, специализации производителя, соответствия спросу и «внешней среде». Отражены возможные трансформации места малых предприятий в зависимости от отдельных причин возникновения производственных кластеров.

Кластерный анализ сообщества малых предприятий в национальной промышленной системе становится всё более актуальным и привлекательным. Это происходит по двум причинам: а) осознание государственным менеджментом роли малого предпринимательства как важнейшего структурного и функционального элемента национальной производственной системы; б) подтверждение предпринимательским сообществом необходимости тесного производственного взаимодействия разномасштабных предприятий. Привлекательность таких организационных схем взаимодействия поддерживается на уровне региона территориальной компактностью производства и надёжными трансфертами ресурсов, кадров и инноваций.

Основными организационными схемами построения производственных кластеров являются монополярные и полиполярные модели. В первой модели территориальная локализация кластера определяется границами производственной и рыночной силы центрального звена, которым может служить крупное предприятие или научный центр. В монополярной модели малые предприятия являются основным «строительным материалом» поля отношений «кооперация – конкуренция». Основная их цель здесь – поддержание долговременной экономической устойчивости крупнейшего партнера.

Наиболее известной и разработанной схемой производственного кластера с подобным участием малых предприятий является японская модель. Центральным элементом здесь является крупное предприятие, «адсорбирующее» два-три уровня малых предприятий на условиях различ-

* Доцент кафедры Экономической теории и эконометрики, канд. экон. наук

ных форм контрактации. «Многослойность» кооперационных связей образует кластеры с вертикальными производственными связями в узких сферах деятельности, охватывая процессы производства, поставки и сбыта. С точки зрения минимальной логистики и оптимизации производства немаловажным фактором является территориальная локализация поставщиков. Для исключения потенциальных конкурентов используются высокие рыночные барьеры. Поскольку кластер обычно ориентирован априори на конечный спрос, то наиболее приемлемым для их образования становятся производства, ориентированные и на многочисленных пространственно близких поставщиков и на массового «устойчивого» потребителя. Тривиальным примером является автомобилестроение.

Страны Европейского Союза приняли шотландскую модель кластера, при которой ядром совместного производства становится крупное предприятие, объединяющее вокруг себя небольшие фирмы. В настоящее время на территории Европы действует около 30 автомобильных кластеров, использующих данную модель организационного построения [6, С. 31].

Эффект концентрации смежных производств в условиях глобализации снижает роль общего уровня развития национальной экономики и «центрами притяжения» для малых специализированных производителей становятся вновь возникающие крупные предприятия (Китай) или реконструированные (Чехия).

Во второй модели территориальная локализация кластера определяется ареалом действия административных и социокультурных институтов, образующих производственно-сбытовую сеть. В этой модели малое предприятие выступает как активная и равноправная «ячейка» сети, использующая для повышения эффективности своего функционирования преимуществ кооперации и социокультурной солидарности.

Классическим примером такой модели является итальянская модель – более гибкое и «равноправное» сотрудничество предприятий малого, среднего и крупного бизнеса. В настоящее время в Италии функционирует более 200 промышленных кластеров, обладающих свойствами экономической компактности. Основные её проявления следующие: а) гибкая специализация; б) значительная экономия на транзакционных издержках; в) благоприятная среда для квалификационного роста работников; г) укорененная циркуляция информационно-инновационных потоков. В этих условиях малые и мельчайшие предприятия растут «гроздью», охватывая все производственные ниши вокруг основного технологического процесса. В глобальной экономике продукция итальянских промышленных кластеров занимает настолько заметное место (керамическая плитка, обувь, трикотаж), что позволяет говорить о равенстве конкурентных преимуществ вне зависимости от масштаба единичного производства [4, С. 3-11].

В итоге различия представленных кластерных моделей с точки зрения положения в них малых предприятий сводятся к следующим значимым различиям:

а) между организационными схемами управления и организации, когда итоговое количество уровней иерархии и направленность, и объём производственных связей диктуют количество задействованных малых предприятий;

б) в достигнутом уровне специализации отдельного производственного звена, поскольку во втором случае узкая специализация дополняется гибкой, что поддерживает рост количества малых предприятий не только по цепочкам технологического процесса и добавленной стоимости, но и по «пучкам» потребностей;

в) по удовлетворению спроса: в первом случае это «покрытие» массового спроса с возможными ограниченными вариациями; во втором – подстройка под индивидуальные потребности;

г) по адекватности «внешней среде»: в случае сетевого построения кластера происходит поддержка не только производственной среды с доминированием конкурентных начал, но и инициирование позитивной социально-культурной обстановки.

В конкретных случаях возникновения кластеров роль малых предприятий в них может трансформироваться по сравнению с рассмотренными моделями. Это зависит от поставленных целей при создании территориального объединения предприятий, взаимосвязанности интересов, зрелости процессов и отношений внутри кластера.

Наиболее известные причины появления кластеров сводятся к следующим:

- размещение (существование) крупного предприятия, имеющего локальную сеть поставщиков и партнеров по кооперации;
- появление связанного «пучка» нововведений, исходящих из одного направления в науке;
- территориально локальный спрос;
- реализация эффекта уникального потенциала территории;
- мультипликативный эффект инфраструктуры;

Полно представленным в литературе является «способ появления» кластера на основе уже существующего на данной территории крупного производителя, выстраивающего длинные технологические и стоимостные цепочки. Здесь значительным «потенциалом кластеризации» (устойчивого функционирования в системе связанных отраслей) обладают машиностроение, химическая промышленность, строительство, инфраструктурный сектор, фармацевтическая и медицинская промышленность.

В подобные кластеры «втягиваются» малые предприятия, доказавшие свою конкурентоспособность на рынке. Мировая тенденция состоит в

делегировании производства промежуточных продуктов и сферы ключевых услуг малым предприятиям. Примером могут служить поставщики простых комплектующих, отличающиеся качеством продукции. Малые предприятия работают в кластере в режиме сочетания конкуренции и кооперации. Это предъявляет к их «внутренней среде» особые требования, позволяющие приспособиться к ассоциативным связям, неформальному контролю и выработанным нормам деловой этики. Такое сотрудничество требует от руководителей (собственников) малых предприятий более высокого уровня внутренней организации и стратегического мышления для определения необходимой степени взаимодействия с партнерами. Это оказывает мощное организующее воздействие на малый бизнес в части качества корпоративной стратегии, сочетающей глобализацию операций с конкретикой региональных рынков.

«Пучок» нововведений от одного из перспективных направлений в науке позволяет говорить о постепенном появлении и наращивании новых производств, исходя из свойств товара, технологического процесса (необходимых обслуживающих отраслей) и спроса на изделия. Примером может быть создание новой по сути промышленности на основе наноструктур. Кластеры в этом случае оказываются с регионально ограниченной формой экономической деятельности внутри родственных секторов. Обычно они привязаны к научным учреждениям (НИИ, университетам).

При этом обычно выполняются два условия:

- «фокусное» (ориентированное) распространение новых знаний, технологий, новаций;
- формирование «ячеистых» (многонаправленных) устойчивых связей всех участников кластера.

Цель такого организационного построения – эффективная трансформация по цепочке «изобретения – инновации – конкурентные преимущества». Малые предприятия в инновационном кластере имеют возможность снизить затраты на исследования, быстро коммерциализовать свои разработки за счет высокой эффективности производственно-технологической структуры кластера, получить доступ к современным технологиям. Основное свойство, приобретаемое малыми предприятиями – это долговременная стабильность. В частности, это относится к занятию и удержанию рыночной ниши.

Территориально локальный спрос также может быть «инициатором» возникновения кластера. «В мировой экономике качество местного спроса имеет гораздо большее значение, чем его размер», – отмечает М.Портер [3, С. 221].

Искушенный и требовательный местный потребитель оказывает давление на фирмы, вынуждая их постоянно тестировать настоящие и будущие потребности. Возможна также ситуация опережения потребностей в

других местах. В данном кластере высока взаимодополняемость его частей на основе комплиментарности продуктов кластера. Примером может служить туристический бизнес. Для малых предприятий здесь важна кастомизация спроса как принцип производства и продаж. Его смысл состоит в ориентации малого производителя на всемерное удовлетворение потребительских запросов. В данном кластере производительно работают не только непосредственные производители товаров и услуг, удовлетворяющие основной и сопутствующий спрос, но и фирмы по обслуживанию функций регионального рынка, такие как рекламные, маркетинговые, страховые, консалтинговые малые предприятия. Они повышают эффективный общий спрос и инвестиционную привлекательность территории.

Территория и её параметры являются важнейшим элементом кластера. Расположенные здесь предприятия имеют привилегированный доступ к ресурсам и специализированным факторам производства, что, в свою очередь, приводит к низкой стоимости сделок, значительному сокращению материально-производственных запасов и транспортных издержек, избавляет от затрат на импорт. В условиях минимизации ресурсных потоков извне малые предприятия в таком кластере вынуждены углублять специализацию. Они являются особыми субъектами рынка, которые выступают не как отдельные предприятия, а как элементы объединенной группы предприятий, и поэтому, результативность малого бизнеса оценивается как объемом доли в выпуске общей продукции, так и показателями самого кластера (прибыльность, конкурентоспособность). Обычно здесь присутствуют отрасли промышленности, находящиеся на высоком уровне агрегации («химический кластер», «агропромышленный кластер»).

В случае крупных изменений в инфраструктуре кластеры формируются вокруг зон новых технологических решений. Здесь возникают «цепочки» технологических преобразований, формирующиеся вокруг системы гарантированного потребления продукции. Немаловажную роль в возникновении кластеров играет развитие и улучшение специализированной транспортной инфраструктуры, системы коммуникаций. В этом случае преследуется «пучок» взаимосвязанных целей: а) понижение прямых затрат входящих в кластер компаний; б) развитие связей с международными рынками; в) улучшение условий регионального рынка труда. Малые предприятия в таком кластере занимают ниши производства, обслуживающего как основную инфраструктуру, так и технологические «цепочки» ответвления. При этом есть поле деятельности, как для инновационных малых предприятий, так и с традиционной оснащенностью и технологиями.

В формирующихся российских производственных кластерах место малых предприятий должно определяться в соответствии с их выявленными конкурентными преимуществами.

Список литературы:

1. Бест М. Новая Конкуренция. Институты промышленного развития. – М.: ТЕИС, 2002.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
3. Портер М. Конкуренция. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2000.
4. Порфирьева О.Б. Промышленные округа в Италии. Temp\XBR2HL4W.htm
5. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004.
6. Цихан Т.В. Кластерная теория экономического развития / Теория и практика управления. – 2003. – № 5.

КАЧЕСТВЕННЫЕ И КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

© Мухамедиева С.А.*

Кемеровский государственный университет культуры и искусств,
г. Кемерово

В последние годы в литературе все большее место занимают проблемы экономической интеграции. Верная оценка этого сложного явления международной жизни имеет первостепенное значение. В связи с этим возрастает важность определения качественных и количественных параметров международной экономической интеграции, с точки зрения экономической теории. На основании этого появится возможность разработать практические рекомендации по стратегии развития интеграции России на постсоветском пространстве.

Усиление интеграционных тенденций в экономике как результата углубления и расширения взаимозависимости субъектов хозяйствования на различных уровнях, а также экономик различных стран требует сегодня более глубокого исследования экономической интеграции на уровне мирового хозяйства.

Наша точка зрения при изучении качественных и количественных параметров международной экономической интеграции основана на взаимосвязи экономической интеграции с функциональными и уровневыми формами обобществления и интернационализации производства.

* Старший преподаватель кафедры Экономики социальной сферы

Необходимость разработки данного теоретического подхода очевидна, так как до сих пор в научной литературе не были определены качественные свойства экономической интеграции как категории, которые прежде всего зависят от количественных свойств обобществления и интернационализации производства.

Прежде чем рассмотреть данный подход, уточним сущность явления экономической интеграции, которое рассматривается в современной научной литературе.

Экономическая интеграция на уровне мирового хозяйства – это не просто «объединение стран в единый организм» [1, С. 47] это процесс «взаимного сближения через переплетение хозяйственных связей» [2, С. 40].

Так как все экономические явления в действительности находятся в постоянном движении и развитии, при этом развитие происходит как во времени, так и в пространстве, то есть в динамике и на определенной территории, то развитие экономических явлений в динамике – это внешняя определенность явления, выступающая в виде числа, степени проявления. А развитие явления в пространстве – есть внутренняя определенность явления, отражающая качество самого явления.

Развитие экономического явления происходит путем накопления количества и скачкообразного или постепенного перехода его в новое качество, а новое качество в свою очередь расширяет возможности количественного роста.

Рассмотрим развитие явления интеграции с учетом количественных и качественных параметров.

С точки зрения теоретического осмысления интеграции, ее развитие непрерывно связывается с интернационализацией производства, одной из главных направлений которой выступает международная кооперация. А международная кооперация есть форма процесса обобществления производства. Отсюда напрашивается вывод, о том, что истоки интеграции между странами есть развитие различных форм обобществления производства.

При этом следует отметить, что в само понятие «обобществление» вкладывается различный смысл. В одних случаях оно отождествляется с социалистической национализацией [3, С. 34, 38].

В других – оно используется для выражения общественного характера труда и имеет другое значение [4, С. 32].

Обобществление трактуется и в том, что «... многие раздробленные процессы производства сливаются в один общественный процесс производства» [5, С. 177].

По сути, выявляются несколько аспектов обобществления производства, но применительно к интеграции стран мы рассматриваем лишь по-

следний из отмеченных аспектов. Это наиболее общее, на наш взгляд понятие сущности обобществления.

Качеством, то есть внутренней определенностью обобществления производства является процесс слияния обособленных процессов производства в один производственный процесс, то есть происходит объединение производственных процессов.

Качество выражается через формы обобществления производства: кооперацию, специализацию, концентрацию производства.

Внешняя определенность обобществления производства, то есть количественная характеристика данного явления будет выражаться через уровень кооперации, уровень специализации, уровень концентрации, уровень комбинирования производства. Совокупность данных показателей есть уровень обобществления производства. Результатом достижения высокого уровня является возникновение новых наиболее крупных предприятий, комплексов, отраслей, то есть нарастание количества изменяет качество.

Наступает момент, когда количественные параметры обобществления производства достигают максимального предела и производительные силы выводят производственный процесс за рамки национальных границ, с этого момента начинается развиваться интернационализация производства, которая «... как бы вбирает в себя, охватывает, вырастает из постоянных развивающихся функциональных форм и постепенно перерастает в высшую форму ..., то есть становится процессом более высокого порядка» [6, С. 104].

Внутренняя сущность интернационализации, то есть качество, выражается через преодоление национальных границ хозяйствующими субъектами, в создании и функционировании стратегических альянсов фирм, совместно сотрудничающих по ведущим направлениям деятельности. Таким образом, интернационализация характеризует нарастающее взаимодействие между странами: «вглубь – от первых проявлений международного разделения труда до современной многоуровневой системы международных связей и взаимозависимостей; вширь – в различных пространственных измерениях – от налаживания двусторонних и региональных связей до сотрудничества в глобальном масштабе» [7, С. 475].

Количественными характеристиками интернационализации производства являются показатели, характеризующие степень развития совместных предприятий нескольких стран, показатели, характеризующие степень вовлечения страны во внутриотраслевую международную специализацию, а также показатели экспортной и импортной квоты.

Высшая степень развития интернационализации вглубь – есть развитие международной экономической интеграции, это объясняется тем, что качество и количество находятся в тесной взаимосвязи, достижение наибольших результатов по количественным показателям интернационализа-

ции приводит к возникновению нового качества – которое, по сути, может стать новым явлением в экономике в нашем случае это проявление интеграции между странами.

Качественной определенностью интеграции на уровне регионального интеграционного союза, по нашему мнению является именно обобществление производства.

Так как количество и качество находятся в тесной взаимосвязи и составляют в единстве друг с другом «меру явления». То, если основываться на материалы И.П. Суслова, где указано, что «в мере качественная определенность количественна, а количественная определенность качественна» [8, С. 20], получается, что и явление экономической интеграции будет представлять собой целостность качественной и количественной определенности.

Соответственно мы считаем, что «мерой явления» международной экономической интеграции должен выступать уровень обобществления производства. Так как в ходе исторического развития обобществление производства переходит, из одного состояния в другое при этом, порождает особое поведение хозяйствующих субъектов, что реализуется через интернационализацию производства и результатом достижения высокого уровня обобществления производства и является создание интеграционного блока стран.

Говоря об особенностях интеграции на уровне СНГ, следует, прежде всего, отметить большое число существующих в его рамках мелких группировок со своими целями. При этом одно государство может состоять сразу в нескольких интеграционных объединениях, что снижает эффективность интеграционного процесса, так как затрудняется выполнение обязательств.

Сегодня, странам СНГ необходим эффективный механизм, который увязывал бы государственные решения с потребностями их производства. Таким механизмом, по нашему мнению может стать механизм, основанный на взаимодействии государств через реализацию процесса обобществления производства, при котором во главу угла ставится сотрудничество стран в отдельных отраслях или между отраслями промышленности, сельского хозяйства. При этом отраслевые связи, в свою очередь будут основаны на принципах специализации и кооперации производства.

Список литературы:

1. Шишков Ю.В. Отечественная теория региональной интеграции: опыт прошлого и взгляд в будущее / Ю.В. Шишков // Мировая экономика и международные отношения. – 2006. – № 4.

2. Хасбулатов Р.И. Мировая экономика и международные экономические отношения: ч. 2. учебник / Под ред. чл. – кор. АН, д-ра экон. наук, проф. Р.И. Хасбулатова. – М.: Гардарики, 2006.
3. Докукин В.И. экономические закономерности возникновения и становления социализма / В.И. Докукин. – М., 1972.
4. Лавриков Ю.А. Интеграция социалистического производства и управления/ Ю.А. Лавриков, Ф.М. Русинов. – М.: Мысль, 1972.
5. Ленин В.И. Полное собрание сочинений. – Т. 1. – М.: Издательство политической литературы, 1973.
6. Коростышевская Е.М. Научно-производственная интеграция: политико-экономическое исследование: дисс. д-р. экон. наук. 08.00.01 / Е.М. Коростышевская. – СПб., 1999.
7. Шмелев Н.П. Европа: вчера, сегодня, завтра / отв. ред Н.П. Шмелев. – М., 2002.
8. Суслов И.П. Методология экономического исследования / И. Суслов. – Изд-во «Мысль», 1974.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАСЧЕТА ИНДИКАТОРОВ ДОСТУПНОСТИ ЖИЛЬЯ В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

© Тропникова Т.А.*

Новосибирский государственный университет
экономики и управления – «НИНХ», г. Новосибирск

В ФЦП «Жилище» предложены два индикатора, отражающие изменение доступности жилья для населения. Произведен расчет по данным индикаторам для НСО, выявлены методические проблемы, возникающие при расчетах.

Анализ процессов функционирования рынка жилья в НСО показывает, что жилищная проблема является одной из самых значимых: 2/3 жителей не удовлетворены своими жилищными условиями, а 31,9 % планируют приобрести новое жильё по различным коммерческим схемам [7, С. 69]. В 2006 г. из 53 тыс. семей, состоящих в очереди на получение социального жилья, только 3 % семей получили жилье [6, С. 67].

В связи с тем, что не удалось в достаточной мере повысить доступность жилья для населения, необходимо продолжить развитие эффектив-

* Старший преподаватель кафедры Экономической теории

ных механизмов в жилищной сфере. Актуальными являются методические вопросы расчета индикаторов доступности жилья, используемые для количественного и качественного анализа изменений происходящих процессов, обоснования принимаемых решений.

Основным механизмом реформирования жилищной сферы служит ФЦП «Жилище» на 2002-2010 гг. (включая входящие в её состав подпрограммы).

В ФЦП «Жилище» предложены два индикатора, отражающие изменение доступности жилья для населения: а) индекс (или коэффициент) доступности жилья, показывающий количество лет, необходимых семье для накопления средств на приобретение жилья, при условии, что все доходы домохозяйства будут направлены на эти цели; б) доля семей, имеющих возможность приобрести жилье, соответствующее стандартам обеспечения жилыми помещениями, с помощью собственных и заёмных средств.

Произведем расчет, используя статистические данные, последовательно каждого из индикаторов для НСО [9]. Формула индекса доступности имеет вид:

$$I_d = \frac{C_M \times 54}{D_{CD} \times 3 \times 12}, \quad (1)$$

где C_M – средняя стоимость 1 м² жилья, руб.;

54 – площадь условной квартиры;

D_{CD} – среднедушевой денежный доход в месяц, руб.;

3 – число членов в семье;

12 – число месяцев в году.

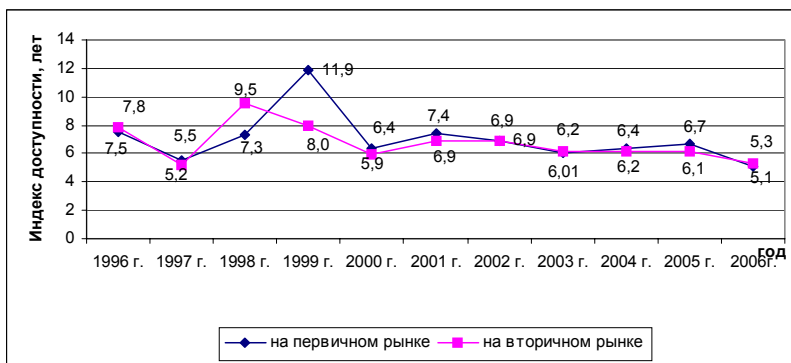


Рис. 1. Динамика изменения индекса доступности жилья на первичном и вторичном рынках жилья в НСО

Полученные данные свидетельствуют о том, что в НСО в 1999, 2000, 2001, 2005 гг. приобретение жилья на вторичном рынке было более доступно для населения, чем на первичном. В 2002 г. значения индекса доступности свидетельствует о равных возможностях, а именно: и на первичном и на вторичном рынке жилье можно было приобрести за 6,9 лет. В 2006 г. вторичное жилье более доступно, чем первичное. Рассмотренная динамика индекса доступности жилья позволяет сделать вывод, что на сегодняшний день в НСО жилье основной массе населения не доступно, так как значения показателя доступности жилья, установленного ФЦП «Жилище» равно 3 годам, а полученные результаты расчетов значительно выше данного показателя.

Второй ключевой индикатор – доля семей, имеющих возможность приобрести жилье, соответствующее стандартам обеспечения жилыми помещениями, с помощью собственных и заёмных средств (алгоритм расчёта данного показателя представлен в Приложении № 9 к ФЦП «Жилище») [3]. Данный индикатор позволяет более точно и комплексно оценить доступность приобретения жилья на основе данных о распределении населения по уровню доходов и параметрам предлагаемых на рынке ипотечных кредитов. Рассчитывается путём определения минимального совокупного среднемесячного дохода семьи из трёх человек, необходимого для приобретения стандартного жилья за счёт собственных и заёмных средств, и последующего сравнения полученного результата с данными о распределении домохозяйств по уровню среднемесячного дохода. Минимальный совокупный доход семьи, необходимый для приобретения жилья, соответствующего стандартам обеспечения жилыми помещениями (54 кв. м для семьи из трёх человек), за счёт собственных и заёмных средств, определяется по формуле:

$$TI = \frac{\frac{LTV}{100\%} \times P \times 54 \times \frac{i}{12 \times 100\%}}{1 - \left(1 + \frac{i}{12 \times 100\%}\right)^{-t \times 12}} \times \frac{100\%}{PI} \quad (2)$$

где TI – минимальный месячный совокупный доход семьи из трёх человек (руб.);

LTV – доля заёмных средств в стоимости приобретаемого жилья (%);

P – средняя рыночная стоимость 1 кв. м жилья (руб., в среднем за год);

i – процентная ставка по ипотечному кредиту или займу (% в год);

t – срок кредита или займа (лет);

PI – доля платежа по ипотечному кредиту (займу) в доходах семьи (%).

Доля домохозяйств с совокупным доходом выше минимального определяется исходя из данных об их распределении по уровню среднедушевого месячного дохода, с которым сравнивается минимальный совокупный доход семьи из трёх человек в расчёте на одного члена семьи.

Используя статистические данные, стандартные условия выдачи ипотечного кредита Новосибирским отделением Агентства ипотечного жилищного кредитования (НО АИЖК), стандартные условия для типового заемщика ипотечного оператора – банка НФ «Сибконтанкт», и учитывая, что в НСО Федеральная программа ипотечного жилищного кредитования реализуется, НО АИЖК с 2000 г., произведем расчет данного показателя для НСО в динамике за 2000 – 2006 гг.

Таблица 1

Основные параметры, используемые при расчёте доли семей, имеющих возможность приобрести жилье, соответствующее стандартам обеспечения жилыми помещениями, с помощью собственных и заёмных средств в НСО, в динамике за 2000 – 2006 гг.

Параметры	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
t, срок кредита, лет	10	10	10	15	15	27	30
I, процентная ставка, годовая, %	18	18	18	18	15	14	13
LTV, доля заёмных средств в стоимости приобретаемого жилья, %	70	70	70	70	70	70	70
PI, платёж к доходу, %	30	30	30	30	30	30	30
Средняя площадь жилья, кв.м.	54	54	54	54	54	54	54
P, средняя рыночная стоимость 1 кв. м жилья, руб.	6528,1	10200,1	13370,3	15823,1	20182,7	26373	30051,5
T1, минимальный совокупный доход семьи, руб.	14865,1	23226,7	30445,6	32156,6	35319,6	40081,4	41728,6
Доля семей с совокупным доходом выше минимального, %	1,1	2	4	3,6	7,8	13	13,05

Расчетные данные свидетельствуют о том, что, не смотря на повышение доли семей, имеющих возможность приобрести жильё, соответствующее стандартам обеспечения жилыми помещениями, с помощью собственных и заёмных средств, в НСО с 1,1 % в 2000 г. до 13,05 % в 2006 г., планируемого значения, установленного в ФЦП «Жилище», не достигнуто.

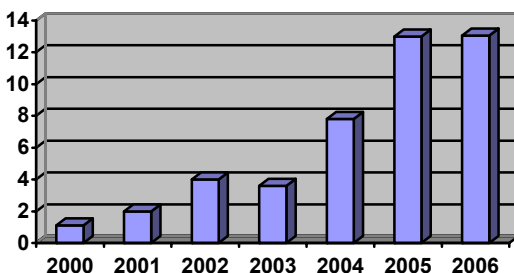


Рис. 2. Доля семей, имеющих возможность приобрести жильё, соответствующее стандартам обеспечения жилыми помещениями, с помощью собственных и заёмных средств, %

Используемая методика расчёта двух индикаторов имеет очевидные достоинства, такие как простота расчёта и наглядность. Но существуют методические проблемы, связанные с расчетом данных индикаторов доступности жилья в НСО:

- при расчетах используются официальные статистические данные о средних значениях показателей: душевого дохода, рыночной стоимости и площади жилья. При этом среднедушевой доход определяется с учётом всех граждан (как работающих, так и неработающих). Разница в доходах различных групп населения не учитывается. Так, значение среднего дохода в 2006 г. в НСО – 11789,3 рублей в месяц на человека [4, С. 81]. 1 дециль городского домохозяйства за аналогичный период имел денежный доход на одного человека в месяц 1560,7 руб., а 10 дециль – 12590,8 руб. соответственно [6, С. 51];
- по рыночной стоимости жилья на первичном и вторичном рынках данные официальной статистики существенно расходятся с информацией риелтерских агентств о стоимости предложения жилья в различных районах города. Так, по данным статистики средняя стоимость жилья в 2006 г. на первичном рынке составила 27,3 тыс. руб. кв. м., на вторичном – 28,6 тыс. руб. за кв. м. [5]. По информации ЖИЛФОНДА стоимость 1 кв.м. на первичном рынке в Центральном районе (ул. Державина) составляла 51 – 52,0 тыс.руб, в Кировском районе (ул. С. Кожевникова) – 30-31,0 тыс. руб., в Ленинском районе (ул. Троллейная) – 19 тыс.руб.; на вторичном Центральном районе (ул. Крылова) – 60-61 тыс.руб., в Кировском районе (ул. Н. Данченко) 38-42 тыс.руб. соответственно [8];

- показатель «стандарт площади жилья», в качестве значения которого в ФЦП «Жилище» принимается 54 кв. м., отличается от фактического значения площади жилища в НСО в расчёте на трёх человек. Например, в 2006 г. жилой фонд в среднем на одного жителя НСО составил 19,6 кв.м., соответственно значение площади жилища – 58,8 кв. м.[1, С. 10]. Размер общей площади жилья домохозяйства, имеющего 1 ребенка, по статистическим данным составляет в 2006 г. 50,0 кв.м. [6, С. 54].

Решение вышеперечисленных проблем связано с дальнейшим развитием методики. Учитывая разницу в доходах различных групп населения, при расчёте необходимо определять стоимость не только стандартного жилья, а жилья различного качества (типового, элитного, домов «хрущевок», «сталинок» и т.д.). Необходимо использовать фактический средний размер домохозяйства в НСО, составляющий 2,7 человека. Кроме того, необходимо учитывать расходы домохозяйств хотя бы на уровне потребительского минимума, который составил в НСО в 2006 г. 3529 руб. на человека, а так же учитывать доли сбережений различных категорий граждан.

Общий вывод таков: помимо достоинств, таких как простота расчёта и наглядность, существуют методические проблемы расчета индикаторов, отражающих изменение доступности жилья для населения. Решение проблем возможно путем дальнейшего развития методики, что позволит получать комплексные и объективные результаты, необходимые для анализа изменений, происходящих на локальных рынках жилья.

Список литературы:

1. АВАЛЬ, январь-февраль. – 2008. – № 1. – С.10
2. Косарева Н., Туманов А.. Об оценке доступности жилья в России // Вопросы экономики. – 2007. – № 7. – С. 118-135.
3. Приложение № 9 к федеральной целевой программе «Жилище» на 2002 - 2010 годы. (Электронный ресурс: http://www.ohome.ru/modules.php?name=Pages&pa=list_pages_categories&cid=27).
4. Социально-экономическое положение Новосибирской области январь – декабрь. – 2007. – С. 81.
5. Средняя стоимость одного кв. метра жилья в Новосибирской области 1996-2006 годы: Аналитическая записка Новосибирского областного комитета государственной статистики. – Новосибирск, 2007.
6. Уровень жизни населения Новосибирской области за 2002-2006(по каталогу 7.2): Статистический сборник Территориальный орган ФСГС по Новосибирской области. – Н., июнь, 2007. – С. 51, 54, 67.
7. Шарков С. Новосибирский рынок // Недвижимость и ипотека. – 2005. – № 8.

8. www.jilfond.ru.
9. www.gks.novosibstat.ru.
10. www.gks.ru.

ЕСТЬ ЛИ «ГОЛЛАНДСКАЯ БОЛЕЗНЬ» В РОССИИ

© Цепин С.А.*

Российско-американский институт экономики и бизнеса –
Уральский государственный университет им. А.М. Горького,
г. Екатеринбург

В данной статье приводится анализ механизма проявления «голландской болезни» в экономике страны, исследуются эффекты характерные для этого явления, в дальнейшем именуемые «симптомы» и стоит индекс «голландской болезни», позволяющий сказать имеет ли место, данное явление в экономике страны. На основе статистической информации проводится проверка наличия симптомов «болезни» в российской экономике и вычисляется значение индекса «голландской болезни» для этой страны. Результатом исследования является определение того, имеет ли место «голландская болезнь» в России.

Актуальность проблемы вызвана тем, что исследуемый эффект приносит серьезные проблемы в экономику страны, которые в последствии требуют очень долгого и болезненного «лечения». «Поэтому анализ механизма возникновения голландской болезни ... – весьма актуальная задача научного исследования» [6].

Непосредственно механизм воздействия «голландской болезни» на экономику достаточно известен и заключается в следующей цепочке явлений: открытие месторождений полезных ископаемых или резкий рост цен на них, рост доходов в сырьевом секторе экономики, перераспределение ресурсов внутри страны в пользу сырьевого сектора в ущерб всем остальным, в первую очередь, обрабатывающему. Следствием этого может стать техническая и научная отсталость страны, так как сырьевой сектор является гораздо более простым в сравнении с обрабатывающим, другим важным негативным эффектом является зависимость экономики страны от конъюнктуры на сырьевых рынках, которая является крайне нестабильной и изменчивой, так цена на нефть за последние 10 лет менялась более чем в 10 раз с уровня 9,39 в декабре 1998 до уровня в 127,59 в мае 2008 [<http://www.opec.org>].

* Бакалавр математики

Была выдвинута гипотеза о наличии «голландской болезни» в российской экономике. Для проверки этой гипотезы были выделены следующие симптомы характерные для «голландской болезни»:

- укрепление национальной валюты;
- падение конкурентоспособности обрабатывающих отраслей;
- опережающий рост сырьевого сектора в сравнении с обрабатывающим;
- региональная разбалансированность, вызванная повышенными доходами в «сырьевых» регионах;
- макроэкономическая нестабильность вследствие колебания цен на ресурсы.

Для проверки наличия этих симптомов в экономике были проведены следующие оценки. Для большинства параметров исследуемым периодом является 2000-2007 гг.

Была рассмотрена статистика, приводимая Центральным Банком Российской Федерации (ЦБ РФ) о динамике реального эффективного курса рубля и был сделан вывод о стабильном росте данного показателя, что позволяет сделать вывод об укреплении национальной валюты и подтвердить наличие данного симптома в экономике.

С целью проверки предположения о том, что имеет ли место падение конкурентоспособности обрабатывающих отраслей была оценена зависимость между изменением курса национальной валюты и темпами роста обрабатывающей промышленности, оценка динамики экспорта сырьевых и несырьевых товаров, а так же изменение долей обрабатывающих отраслей во внутреннем спросе. Проверка показала отсутствие отрицательной зависимости между укреплением национальной валюты и динамикой производства обрабатывающего сектора, более того была отмечена положительная статистически значимая зависимость (коэффициент регрессии = 1,053620, $R^2 = 0,165353$, t-Statistic = 20,54196). В рамках проверки второго предположения были отмечены рост доли экспорта сырьевых товаров и опережающие темпы роста экспорта сырьевых товаров над остальными. Таким образом, предположение об опережающем росте экспорта сырьевых товаров нашло свое подтверждение. Анализ изменения долей отечественной продукции во внутреннем спросе был проведен для шести отраслей: черной металлургии, химической и нефтехимической промышленности, машиностроения, лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно - бумажной промышленности, пищевой промышленности и легкой промышленности. Все они, кроме машиностроения, показывают устойчивый рост на протяжении последних трех лет, что позволяет говорить о том, что предположение об ослаблении позиций отечественных обрабатывающих отраслей на внутреннем рынке не находит своего подтверждения.

Для проверки предположения об опережающем росте сырьевого сектора в сравнении с обрабатывающим были оценены общая динамика производства сырьевых и обрабатывающих отраслей и динамика инвестиций в каждый из секторов. В обоих секторах наблюдался рост производства при этом в разные моменты времени он происходил различными темпами и не возможно сказать, что одна из отраслей растет быстрее другой. Инвестиции, как в добычу полезных ископаемых, так и в обрабатывающую промышленность на протяжении исследуемого периода демонстрировали устойчивый рост как очень близкими темпами, кроме того, в валовом исчислении они так же достаточно близки. Таким образом предположение об опережающем росте инвестиций в сырьевой сектор не находит своего подтверждения.

Следующим симптомом является региональная нестабильность, вызванная наличием ресурсов в одних регионах и отсутствием их в большом количестве в других. Для проверки данного предположения были рассмотрены доходы на душу населения в «сырьевых» и «несырьевых» регионах. Было отмечено, что доходы в сырьевых регионах богатых полезными ископаемыми существенно выше средних по стране, в то время, как доходы в «несырьевых» регионах значительно ниже, чем в среднем по стране.

Таким образом, предположение о наличии региональной разбалансированности вследствие наличия в одних из них крупных месторождений полезных ископаемых нашло подтверждение.

Всем исследованным симптомам был сопоставлен определенный вес по важности их вклада в определение того имеет место «голландская болезнь» или нет. На основании этого был построен следующий индекс «голландской болезни»:

$$H_i = \sum a_i \times s_i,$$

где H_i – индекс «голландской болезни»;

s_i – бинарная переменная, равная 1, если симптом проявляется и 0, в противном случае;

a_i – вес данного симптома.

Итоговые результаты приведены в табл. 1.

Таблица 1

Итоговые результаты исследования

Симптомы «голландской болезни»	наблюдаются в России	доля данного симптома
укрепление национальной валюты	да	0,05
отрицательное влияние укрепление курса национальной валюты на выпуск обрабатывающей промышленности	нет	0,2
опережающий рост сырьевого экспорта	да	0,15

Продолжение таблицы 1

Симптомы «голландской болезни»	наблюдаются в России	доля данного симптома
опережающий рост сырьевого сектора в выпуске промышленной продукции	нет	0,2
опережающий рост инвестиций в сырьевой сектор	нет	0,2
уменьшение доли отечественных предприятий на внутреннем рынке	нет	0,15
региональная разбалансированность	да	0,05
макроэкономическая нестабильность	не возможно определить	0,00

Расчетный индекс «голландской болезни» составляет 0,2. Таким образом, результатом исследования явилось невозможность принятия начальной гипотезы о наличии «голландской болезни» в российской экономике.

Список литературы:

1. Аренд Р. Как поддержать экономический рост в ресурсо-зависимой экономике? // Вопросы экономики. – 2006. – № 7. – С. 24-37.
2. Бланк А., Гурвич Е., Улюкаев А. Обменный курс и конкурентоспособность отраслей российской экономики // Вопросы экономики. – 2006. – № 6. – С. 4-25.
3. Брич А. Путь России к процветанию в постиндустриальном мире // Вопросы экономики. – 2003. – № 5. – С. 19-41.
4. Гуриев С., Сонин К. Экономика «ресурсного проклятия» // Вопросы экономики. – 2008. – № 4. – С. 61-75.
5. Илларионов А. Реальный валютный курс и экономический рост // Вопросы экономики. – 2002. – № 2. – С. 19-49.
6. Фетисов Г. «Голландская болезнь» в России: макроэкономический и структурный аспекты // Вопросы экономики. – 2006. – № 12. – С. 38-54.
7. Фетисов Г. Динамика цен и антиинфляционная политика в условиях «голландской болезни» // Вопросы экономики. – 2008. – № 3. – С. 24-36.
8. Ясин Е., Яковлев А. Конкурентоспособность и модернизация российской экономики // Вопросы экономики. – 2004. – № 7. – С. 4-35.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

© Шпурова П.С.*

Новосибирский государственный университет
экономики и управления – «НИНХ», г. Новосибирск

Актуальность изучения опыта развития рынка жилой недвижимости Канады определяется его успешным функционированием. Рассмотрены основные факторы, влияющие на динамику цен рынка, определены основные тенденции и особенности. Выделены черты, которые можно применить для России.

Изучение опыта развития рынка жилой недвижимости на примере Канады, успешно функционирующего последние 50 лет, является для России актуальным. Основные факторы, влияющие на динамику цен на рынке жилой недвижимости, определяются общеэкономическими тенденциями, характеризующимися общим экономическим ростом в стране, политической, финансовой, социально-экономической стабилизацией. Рост потребительских цен (темпов инфляции) способствует росту цен на жилье. Так, в 2006 г. рост цен в двузначном диапазоне был отмечен в Ванкувере, Эдмонтоне, Калгари и Галифаксе. Более умеренно цены росли в Саскачеване, Торонто и других крупных городах Онтарио, Монреале и других провинциях. В Калгари и Эдмонтоне цены за год выросли в пределах от 25% до 40% соответственно. В западных провинциях Канады - Альберта и Британская Колумбия, темпы роста цен на жилую недвижимость такие же, какие наблюдались в США перед кризисом. Индекс реальной стоимости жилья (в сопоставимых ценах базового периода, за который принят 2000 г.) вырос на 10 – 25 %. В масштабах страны количество сделок с жилой недвижимостью также продолжает расти, при этом ценовые показатели по темпам роста в 2006 г. превзошли рекордные данные предыдущего года. Даже в традиционно низкий по активности месяц, которым принято считать январь, количество сделок не снизилось. Например, в Торонто в январе 2007 г., и в январе 2008 г. количество сделок составило 5,1 и 5,2 тыс. соответственно [2]. Динамика средней цены продажи жилой недвижимости в Канаде возросла с 188 тыс. долл. в 2002 г. до 275 тыс. долл. в 2006 г.

Следует подчеркнуть, что рынка жилой недвижимости Канады не коснулась кризисная ситуация ипотечного рынка соседнего североамери-

* Старший преподаватель кафедры Экономической теории, канд. экон. наук

канского государства – США, т.к. бесконтрольной выдачи неподкрепленных кредитов на покупку жилья в Канаде не происходило. Развитая система ипотечного жилищного кредитования (ИЖК) дает не только возможность приобретения объектов жилой недвижимости иностранными гражданами на тех же основаниях, что и канадцам, но и привилегии оформления бизнес-иммиграции и документов на постоянное жительство. Средний размер кредита повысился на 26 %. В отличие от европейских и азиатских стран, процедура ипотечного кредитования в Канаде не облагается дополнительными налогами и государственными сборами [3].

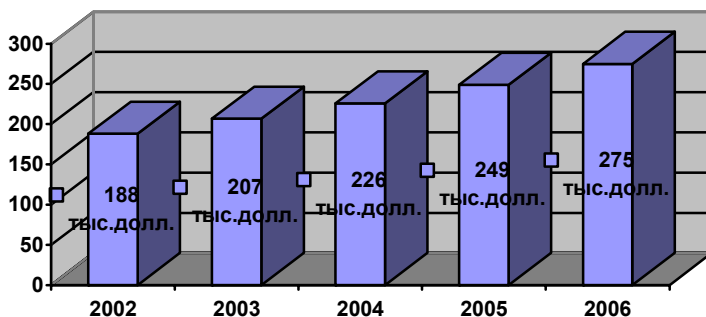


Рис.1. Динамика средней цены продажи недвижимости в Канаде за 2002-2006 гг.

К особенности формирования факторов спроса на рынке жилой недвижимости Канады следует отнести рост средней рыночной стоимости жилья, среднедушевых доходов и сбережений, среднедушевой жилищной обеспеченности. Изменился качественный состав покупателей жилой недвижимости в Канаде: с 2000 г. процент покупателей в возрасте с 18-34 лет увеличился до 36 %, в то время как в 1990-х годах данная группа варьировалась в пределах 10%. Активность граждан Канады в возрастной группе от 55 до 75 лет направлена на приобретение второго жилья для отдыха или с целью инвестиций. Средний возраст канадского собственника жилой недвижимости снизился до 41 года в 2000 г. по сравнению с 48 годами в 1990 г. [4]. Домовладение стало более предпочтительно по сравнению с арендой жилья, потому что выплаты по кредиту не превышают арендной платы за аналогичное жилье. Следующей особенностью формирования спроса населения Канады является переключение с традиционно для «одноэтажной Северной Америки» отдельно стоящего дома на квартиры в высотных кондоминиумах. Так, в 2007 г. продажи квартир в кондоминиумах составили 52 % от общих продаж объектов жилой недвижимости Канады, тем самым, удвоившись по сравнению с 2000 г. [5].

Практика показывает, что квартиры в кондоминиумах привлекают молодежь, одиноких пожилых людей, семейные пары без детей, т.е. всех тех, кто не хочет или уже не может обременять себя заботами по техническому содержанию частного дома [6]. Это обстоятельство оказывает влияние на формирование фактора предложения: значительная доля строительства жилья для коммерческой реализации в Канаде представлена высотными кондоминиумами. Следует отметить, что лидером в строительстве кондоминиумов в Северной Америке является Торонто, где, например, прогнозируется увеличение в 2008 г. объема продаж кондоминиумов до 41,6 тыс. квартир по сравнению с 33,3 тыс. квартир в 2006 г. [7]. Жилая недвижимость в строящихся высотных кондоминиумах выполнена по индивидуальным проектам и наполнена новым содержанием, а именно: выразительной архитектурой, качественной отделкой фасада и общественных зон, огороженной охраняемой территорией, наличием нескольких бесшумных лифтов, подземного паркинга, встроенной инфраструктурой (бассейном, тренажерным и спортивным залами, сауной и пр.) для общего бесплатного пользования проживающих в данном объекте недвижимости.

Как было сказано, основной прирост цен в 2006 г. наблюдался в западных регионах страны, в основном, в Альберте и в Ванкувере. Именно в регионе Большого Ванкувера наблюдается строительный бум, подкрепленный \$580-миллионным бюджетом, выделенным государством на возведение спортивных сооружений и Олимпийской деревни к Зимней Олимпиаде 2010 г. Создание новых рабочих мест, рост доходов и непрерывный приток иммигрантов на протяжении 2006-2007 гг. подняли уровень активности в секторе строительства жилья. Средние цены жилья увеличились до 500,0 тыс. долл. за среднестатистическую квартиру с двумя спальнями площадью 84 кв. м. Темпы строительства, не успевающие за спросом, привели к росту цен на жилье, как в кондоминиумах, так и отдельных односемейных домов, в особенности на недвижимость стоимостью до 1 млн. долл.

Наиболее популярным для покупателей жилой недвижимости в Канаде является Ванкувер, находящийся по качеству жизни в тройке мировых лидеров (вместе с Цюрихом и Женевой). Он имеет лучшие показатели по соблюдению личных свобод, уровню медицинского обслуживания, уровню образования, развитию транспортной системы, качеству системы сферы услуг, качеству доступных в городе продуктов, состоянию жилищно-коммунального хозяйства и окружающей среды в городе (Москва в этом списке находится на 173-м месте). Обладая уникальным климатом, Ванкувер имеет самый низкий процент заболеваемости и самый низкий процент курящих в Канаде. Многие покупатели недвижимости переселяются сюда из Лондона, США и других частей света, руководствуясь основными критериями: инвестиционным потенциалом рынка жилой недвижимости,

близостью с превосходным школам, безопасностью проживания и престижем региона. При этом в сравнении с Лондоном, Парижем или Нью-Йорком даже роскошные дома стоят относительно недорого, а дома, предлагаемые по разумной рыночной цене, уходят довольно быстро (максимальный срок продажи – 60 дней).

Наименее популярными для покупателей жилой недвижимости в Канаде является приатлантический Восток и Север. Для выравнивания ситуации действуют программы ИЖК федерального и провинциального правительства. Для граждан «с низким доходом» (канадская статистика относит тех, чьи расходы на питание, одежду и квартиру составляют 54,7% от дохода), кроме права на получение социального вспомоществования со стороны государственных служб, предоставляется возможность приобретения жилья по социальным программам.

Изменение параметров жилой недвижимости определяется, кроме того, ценовой, тарифной, налоговой, бюджетной и финансовой политикой, связанной с ценами реализации жилья, тарифами оплаты жилищно-коммунальных услуг, налогами на собственность. Параметры налоговой политики значительно изменились, происходит повышение налогов на жилую недвижимость, как при ее покупке, так и при ежегодных платежах. Так, при покупке налог на недвижимость составляет 1 % от рыночной стоимости жилой недвижимости в Канаде [8].

Кроме федерального налога, многие регионы вводят и «провинциальный» (устанавливаемый правительством данной провинции и идущий в местную казну, используемый на экономические и социальные программы провинций). Так, в самой населенной и второй по площади провинции Канады – Онтарио, налог при покупке составляет 2 %, ежегодные платежи собственника – 1 % от стоимости жилой недвижимости.

Таким образом, проведенный анализ факторов, влияющих на достаточно развитый рынок жилой недвижимости в Канаде, позволил сделать вывод об отсутствии стадии рецессии. Разумное сочетание прямых и косвенных методов государственного регулирования говорит о стабильности и прогнозируемости данного сегмента экономики. Позволяет выделить основные черты рынка, которые можно с успехом применить для России. Во-первых, ключевым для развития на рынке жилой недвижимости в Канаде является успешное ценообразование существующих различных видов жилой недвижимости (таунхаусов, стандартных городских домов, кондоминиумов, отдельно стоящих домов различной комфортности, бунгало). Во-вторых, развитая система ипотечного кредитования. В-третьих, канадский опыт ужесточения налоговой политики правительства провинций.

Список литературы:

1. Обзор рынка жилья по Канаде. По материалам «Vancouver Sun», «Vancouver Province». Электронный ресурс: <http://www.neorealty.ru/abroad/vanc.shtml>.
2. Second best year ever for new homes sales // Newhomes. The home builders annual, 2008. – p. 54.
3. Тюлькина М. Торонто лидирует: о рынке недвижимости Канады Электронный ресурс: <http://www.nedv.info/nedvig/root/maint/1571>.
4. Renters news, april 13 – 20, april 20 – 27, 2008. – p. 6-17.
5. Second best year ever for new homes sales.// Newhomes. The home builders annual, 2008. – p. 54.
6. Ivan Sandoval. Leave a lasting impression // Resale homes, april 14 – 27, 2008. – p. 18-19.
7. Housing start brisk in March// Condo guide, April 28-May 12, 2008. – p. 20.
8. Jayson Schwarz. Buying home step by step // Resale homes, april 14 – 27, 2008. – p. 70.
9. Mortgage shopping – compare mortgage rates for your best deal // Resale homes, april 14 – 27, 2008.
10. www.schwarzgillen.com.

Секция 3

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

МОДЕЛЬ ЦЕНОВОЙ ДИНАМИКИ ЗОЛОТОГО РЫНКА: КОРРЕЛЯЦИЯ СО СМЕЖНЫМИ РЫНКАМИ

© Котова О.И.*

Российско-американский институт экономики и бизнеса –
Уральский государственный университет им. А.М. Горького,
г. Екатеринбург

В данной статье приводит анализ зависимостей между золотым рынком и смежными с ним рынками (сырьевым и финансовым). На примере цен на нефть, индекса Доу-Джонса и курса доллара рассматриваются зависимости между этими рынками. Проводится факторный и кластерный анализ, строится корреляционная матрица и на основании полученных результатов – модель. В конце работы делается вывод о том, что наибольшую корреляцию с рынком золота имеет рынок нефти, а остальные же показатели не столь важны, их роль невелика в ценообразовании на золотом рынке.

Вопрос прогнозирования цен на золотом рынке в настоящее время стоит наиболее актуальным. Современная экономика столкнулась с долгосрочным восходящим трендом на золотом рынке. За последние десять лет цена на золото возросла практически в 20 раз.

С падением курса доллара, все больше инвесторов обращается к золоту, как к последнему надежному активу для сохранения сбережений, а так же для увеличения собственного капитала. Проблема в том, что, что бы оценить реальный доход или убыток от вложений, необходима модель, с помощью которой можно было бы оценить перспективы роста золотого рынка. Для решения этой проблемы необходимо посмотреть корреляцию золотого рынка с другими рынками: товарным и финансовым. В качестве примера товарного рынка возьмем рынок нефти, а финансового – индекс Доу-Джонса цену доллара США в рублях. В табл. 1 представлены используемые данные, начиная с 1998 г. по 2007 г. поквартально.

Используя имеющиеся данные, рассмотрим зависимость этих показателей. Для удобства решения нормируем их с использованием формулы:

$$r_n = \frac{r_r - r_m}{\sqrt{\Delta}}, \quad (1)$$

где r_n – нормированное значение,

* Специалист математики

r_t – реальное значение,

r_m – среднее значение,

$\sqrt{\Delta}$ – среднеквадратичное отклонение.

Таблица 1

Цены на золото, нефть, курс доллара и индекс Доу-Джонса поквартально¹

год	золото	нефть	Д-Д	доллар
	цена			
мар.98	58,07	12,34	8799,81	
июн.98	57,35	11,61	8952,02	
сен.98	149,82	12,77	7842,62	16,06
дек.98	187,25	9,39	9181,43	20,65
мар.99	213,02	12,10	9786,16	24,18
июн.99	199,94	15,91	10970,80	24,22
сен.99	242,60	21,64	10336,95	25,08
дек.99	238,62	24,35	11497,12	27,00
мар.00	239,76	27,70	10921,92	28,46
июн.00	246,44	28,91	10447,89	28,07
сен.00	231,13	30,56	10650,92	27,75
дек.00	233,30	25,19	10787,99	28,16
мар.01	226,22	23,01	9878,78	28,74
июн.01	238,34	23,95	10502,40	29,07
сен.01	259,71	22,51	8847,56	29,39
дек.01	253,17	15,95	10021,57	30,14
мар.02	300,04	22,29	10403,94	31,12
июн.02	320,96	23,45	9243,26	31,45
сен.02	326,76	27,14	7591,93	31,64
дек.02	348,50	26,68	8341,63	31,78
мар.03	336,64	29,23	7992,13	31,38
июн.03	335,45	27,22	8985,44	30,35
сен.03	376,56	25,66	9275,06	30,61
дек.03	393,15	28,63	10453,92	29,45
мар.04	385,86	32,25	10357,70	28,49
июн.04	365,88	33,58	10435,48	29,03
сен.04	385,47	40,51	10080,27	29,22
дек.04	388,80	34,32	10783,01	27,75
мар.05	380,93	45,71	10503,76	27,83
июн.05	400,03	49,28	10274,97	28,67
сен.05	432,13	58,79	10568,70	28,50
дек.05	472,35	50,85	10717,50	28,78
мар.06	517,49	55,31	11109,32	27,76
июн.06	517,47	63,97	11150,22	27,08
сен.06	515,51	57,29	11679,07	26,78
дек.06	535,47	54,99	12463,15	26,33
мар.07	387,90	56,26	12354,35	26,01

Примечание: составлено автором

¹ Данные с сайта finance.yahoo.com

Посмотрим, существует ли корреляция между этими данными. Для получения необходимых результатов была использована программа STATISTICA 6.0.

Variable	Золото	Нефть	Доу-Джонс	Доллар
Золото	1,00	0,90	0,39	0,34
Нефть	0,90	1,00	0,51	0,21
Доу-Джонс	0,39	0,51	1,00	-0,06
Доллар	0,34	0,21	-0,06	1,00

Рис. 1. Корреляционная матрица

На рис. 1 представлена корреляционная матрица. Из нее видно, что больше всего между собой коррелируют цены на золото и на нефть, их коэффициент корреляции составляет 0,90. А вот коэффициенты корреляции с долларом и индексом Доу-Джонса очень малы. Из этой матрицы можно сделать предположение, что рынок золота имеет наибольшую зависимость с рынком нефти.

Таблица 2

Факторный анализ

	Factor 1	Factor 2
Золото	0,934225	-0,121190
Нефть	0,947745	0,069428
Доу-Джонс	0,635509	0,563070
Доллар	0,362239	-0,856941

Примечание: составлено автором

Для более глубокого изучения проблемы проведем кластерный и факторный анализ. В табл. 2 представлены итоги факторного анализа, из которой видно, что наиболее значимыми факторами являются золото и нефть.

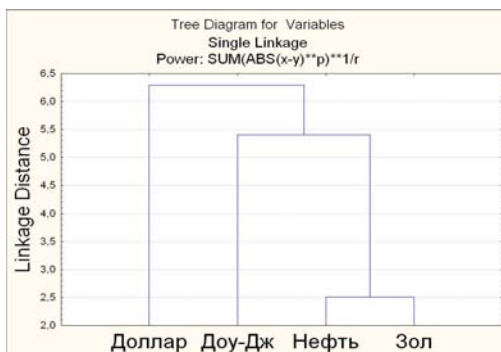


Рис. 2. Кластерный анализ

На рис. 2 представлены итоги кластерного анализа, на основе которых, можно сделать тот же самый вывод о том, что мировой рынок золота имеет наибольшую зависимость с мировым рынком нефти.

На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что наибольшее влияние на мировую цену золота оказывает цена на нефть, что означает, что для прогнозирования цен на золото можно использовать данные о состоянии мировых цен на нефть. На рис. 3 показаны результаты построения линейной модели зависимости мировых цен на золото от остальных показателей.

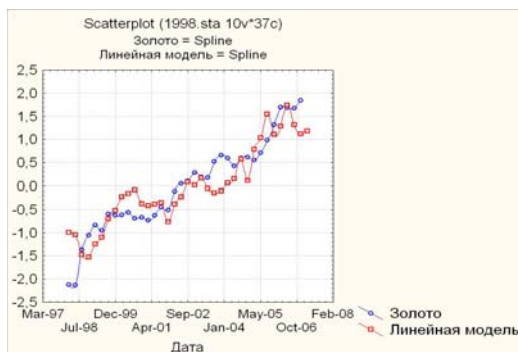


Рис. 3. График значений

Уравнение линейной модели имеет вид:

$$\text{золото} = 0,896 * \text{нефть} - 0,6 * \text{Доу - Джонс} + 0,152 * \text{доллар} \quad (2)$$

На основании полученных результатов можно сделать вывод о том, что наибольшую зависимость золотой рынок имеет с рынком нефти, что и не удивительно, ведь нефть это одно из самых востребованных видов сырья, причем ее остается все меньше на земле. Рост цен на нефть приводит к обесценению самой распространенной валюты на земле – доллара, что в свою очередь заставляет людей искать новые средства для сохранения своего капитала, и тогда они обращаются к золоту, как единственному надежному активу, который не только сохраняет капитал, но и позволяет его приумножить.

Список литературы:

1. Антонов В.А. Мировая валютная система и международные расчеты. – М.: ТЕИС, 2000. – 193 с.
2. Балабанов И.Т. Валютный рынок и валютные операции в России. – М.: Финансы и статистика, 1994.

3. Константинов Ю.А. Две интеграции – два валютно-финансовых механизма. – М.: Финансы и статистика, 1986.
4. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения: Учебник / Под ред. Л.Н. Красавиной. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 608 с.
5. Паклин Н. Роста мировой экономики не предвидится // Российская бизнес-газета. – 09 января 2002.
6. Смыслов Д.В. Международный валютный фонд: современные тенденции и наши интересы. – М.: Финансы и статистика, 1993.

Секция 4

МЕНЕДЖМЕНТ

ГЕНЕЗИС СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К ОРГАНИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

© Вагин С.Г.*

Самарский государственный экономический университет,
г. Самара

В данной статье автор анализирует наиболее значимые современные подходы и направления стратегического менеджмента.

Стратегическое планирование и стратегическое управление, появление которых относят к 60-70-м годам прошлого века, связаны с резким ускорением и глобализацией всех бизнес процессов в то время. Это было началом «разгона» промышленно-индустриальной эпохи. Экстраполяция прошлого неадекватно стала отражать будущее, отклонения от прогнозов и новые тенденции стали требовать стратегических корректировок – учета существующих и будущих трендов во внешней среде, во всем ее многообразии, формированию устойчивых стратегических преимуществ, выработки долгосрочной программы действий, основанной на стратегическом видении и сценарном планировании. Исследователи бизнес-систем предположили, что в условиях высокотурбулентной внешней среды циклическое планирование неприменимо, и это было новой парадигмой в управлении. Чтобы сохранить конкурентоспособность и справиться с сюрпризами внешней среды, угрозами и возможностями, стратегические решения должны приниматься быстро независимо от цикла планирования. Появились примеры новых глобальных корпоративных стратегий, когда компании стали быстро меняться вместе со средой, в которой они действуют, технологиями, которые они используют, а также по мере того, как они накапливают опыт и знания, какие организационные формы позволяют добиваться наилучших результатов в конкретной области. Основополагающие идеи стратегического подхода к решению важных проблем имеют глубокие исторические корни, и нашли плодотворное применение в самых разнообразных сферах деятельности от естественных наук до военного дела. Однако в экономических исследованиях длительный период использовали лишь отдельные элементы стратегического подхода при разработке научно-методической базы управления социально-экономическими процессами. Несмотря на существенную теоретическую значимость и практическую востребованность, методология стратегического управления производственно-экономической деятельностью сфор-

* Доцент кафедры Менеджмента, канд. экон. наук

мировалась только во второй половине XX века. Нередко в специализированной литературе за конкретную точку отсчета существования стратегического менеджмента принимается выход в 1965 г. фундаментальной работы американского экономиста И. Ансоффа под названием «Новая корпоративная стратегия» [1]. Именно И. Ансофф обосновал принципиальные различия между традиционными методами планирования развития производственно-коммерческой деятельности корпораций и стратегическим подходом к развитию бизнеса. Он показал, что традиционный подход, базирующийся на преимущественном использовании при планировании метода экстраполяции существующих тенденций, имеет существенные недостатки. Во-первых, при экстраполяции полностью игнорируется реальная возможность смены тенденций, например, появление нового сильного конкурента, может изменить планируемую тенденцию расширения рынка сбыта для данной корпорации на противоположную тенденцию снижения объемов реализации. Во-вторых, даже при относительно медленных темпах изменения окружающей социально-экономической среды традиционный подход дает адекватное предвидение лишь среднесрочной перспективы, как правило, в пределах 3-5 лет. В-третьих, приоритет отдается кратко- и среднесрочным целям обеспечения прибыльности функционирующего производства, что нередко ведет к недофинансированию программ развития производства, в особенности тех видов инновационной деятельности, которые по объективным причинам требуют долговременных капитальных вложений.

Раскрывая преимущества стратегического подхода к управлению корпорациями, И. Ансофф подчеркивает диалектический характер стратегического менеджмента, предполагающий неразрывную взаимосвязь между решением проблем долгосрочного устойчивого развития бизнеса и обеспечением качественного оперативного управления в реальном масштабе времени. В результате создаются реальные возможности адекватного учета, с одной стороны, долгосрочных изменений в окружающей среде, в особенности связанных с качественными преобразованиями рынков сбыта, внедрением новых технологий производства, появлением товаров-заменителей; с другой стороны, постоянный мониторинг окружающей среды обеспечивает возможность своевременного реагирования на неожиданные или малопредсказуемые ситуации.

Дополнительными преимуществами стратегического менеджмента являются различные формы поощрения инновационной деятельности в рамках самой системы управления, начиная с использования нетрадиционных методов поиска стратегических решений («мозговой штурм», синектика, эвристика) и заканчивая созданием специализированных структурных подразделений, основной функцией которых является внедрение новейших технологий управления. В отличие от традиционного менеджмента, в

котором прослеживаются элементы бюрократизации системы управления, стратегический подход ассоциируется с более либеральным стилем руководства, с широким делегированием управленческих полномочий функциональным и линейным менеджерам. Привлечение более широкого круга специалистов к разработке важных решений по долгосрочному развитию бизнеса, в том числе путем привлечения внешних экспертов или даже консалтинговых фирм, существенно повышает качество корпоративного управления. Кадровая политика в рамках стратегического менеджмента также имеет значительные преимущества по сравнению с традиционными подходами к отбору, обучению, расстановке и продвижению специалистов.

Принципиальное различие между методологией стратегического менеджмента и теоретической базой «классического менеджмента» не означает отрицания богатого теоретического и практического наследия управления бизнесом в первой половине XX века. В определенной мере методологии стратегического и традиционного менеджмента составляют тандем, то есть гармоничное сочетание классических методов организации стабильного функционирования бизнеса с активным использованием широкого арсенала форм и методов стратегического развития производственной и коммерческой деятельности позволяет достичь рациональной сбалансированности между текущей прибыльностью бизнеса и обеспечением повышения конкурентоспособности на долгосрочную перспективу путем реализации стратегических проектов и программ расширения, реструктуризации и диверсификации производства. Попытки ускорения реализации стратегических целей развития бизнеса за счет недофинансирования функционирующих производственных мощностей, как правило, ведут к негативным последствиям. Формальная трактовка приоритетности долгосрочных целей над оперативными и тактическими задачами функционирования бизнеса в наибольшей степени характерна для высших менеджеров крупных корпораций с широко диверсифицированным производством. Нередко такие корпорации имеют десятки заводов, фабрик и других производственных единиц, поэтому высший руководящий состав лишь в общих чертах представляет, как функционируют отдельные предприятия. В результате руководители корпорации могут недооценить реальной потребности действующих предприятий в финансовых, материальных, трудовых и других ресурсах, а сэкономленные ресурсы направить на реализацию долгосрочных проектов развития бизнеса.

Формализованный подход к организации стратегического менеджмента, связанный, в первую очередь, с нерациональным финансированием программ развития бизнеса в ущерб функционирующему производству, нашел широкое критическое отражение в многочисленных публикациях. Одни авторы видят первопричину в недостаточном уровне подготовки

специалистов по стратегическому менеджменту. Например, Г. Минцберг, Б. Альстрэнд и Дж. Лэмпел [3] указывают, что «серьезные неудачи крупнейших корпораций во многом обусловлены некомпетентными действиями «полчищ» выпускников бизнес-школ, прослушавших довольно поверхностный курс стратегического менеджмента». Другие исследователи объясняют гипертрофированное отношение к стратегиям развития, в особенности использующим широкую диверсификацию, стремлением высших менеджеров ускорить процесс капитализации данной корпорации в основном с целью повышения котировок акций на фондовой бирже и привлечения дополнительных финансовых ресурсов.

Составляя различные концептуальные подходы к выявлению сущности стратегического менеджмента, можно констатировать, что в современной литературе по теории и методологии управления на микроуровне существует широкий спектр принципиально отличающихся воззрений, которые представлены как четко оформленными школами стратегического менеджмента, так и научными взглядами отдельных специалистов. Для реализации задач данной статьи целесообразно ограничиться выявлением преимуществ и недостатков только основных теоретических подходов к организации стратегического управления производственно-коммерческой деятельностью с акцентом на проблематику устойчивого долгосрочного развития бизнеса.

Как показывает анализ специализированной литературы по стратегическому управлению, до настоящего времени еще не сложились общепринятые критерии систематизации школ и направлений стратегического менеджмента. Даже наименования отдельных теоретических школ носят до определенной степени условный характер. Кроме того, различные авторы подходят с разных позиций при попытках классифицировать теоретические подходы. В результате отсутствия консенсуса по основным параметрам систематизации теоретических подходов к организации стратегического менеджмента возникло значительное число разнообразных группировок, которые в большей или меньшей степени охватывают уже сложившиеся и формирующиеся школы стратегического управления. Однако нередко в основу этих группировок положены нечеткие критерии, что нарушает логику дифференциации работ отдельных исследователей по принадлежности к определенной школе. При этом прослеживаются две крайности, с одной стороны, излишне укрупненные группировки приводят к объединению в один теоретический подход несовместимых методологий стратегического менеджмента, а, с другой стороны, слишком дробное деление приводит к отнесению работ одного и того же автора к разным подходам. Наибольшими недостатками, по нашему мнению, страдают формальные группировки с нечеткими критериями выделения отдельных теоретических подходов. Например, в работе Р.А. Фатхутдинова

«Стратегический менеджмент» [2] выделяется 13 научных подходов, часть из которых охарактеризована настолько неопределенно, что трудно провести четкую границу, отделяющую один подход от другого, в частности существенные характеристики системного подхода явно дублируются в комплексном подходе, а также в значительной степени повторяются в воспроизводственном подходе.

Как показывает анализ литературы по менеджменту, явно прослеживается не более семи действительно самостоятельных направлений в методологии стратегического управления, которые со значительной степенью условности можно охарактеризовать как теоретические школы стратегического менеджмента. И хотя Г. Минцберг, Б. Альстрэнд и Д. Лэмпел [3] выделяли 10 различных школ, они предупреждали, что не все школы стратегического менеджмента имеют равнозначные значения и некоторые являются по отношению к другим производными, а, например, школа «конфигурации» фактически вбирает в себя все остальные подходы, а возникновение такого количества школ стратегий во многом связано с различными этапами развития стратегий управления. Насколько сложной должна быть хорошая стратегия, насколько она должна учитывать элементы всех тех теоретических подходов в рамках школ и концепций стратегии? Представляется, что успешная корпоративная стратегия формируется сугубо «индивидуально» с учетом понимания релевантности запросов внешней среды и корпоративных ответов. На наш взгляд появившиеся на свет за последние 30-40 лет более-менее удачные «эталонные» стратегии (например, подход М. Портера) в последнее время уже не используются крупным бизнесом в чистом виде. Происходят горизонтальные и вертикальные интеграционные процессы – с одной стороны происходит совмещение корпоративной, бизнес стратегии и стратегии бизнес-единиц через механизмы «вложенных» стратегий. А с другой стороны высший менеджмент компании вынужден одновременно использовать несколько классических стратегических подходов и определении будущих действий компаниями и гармонизации неординарных гетерогенных процессов в системе управления. И используя концепцию «performance management», можно сказать, что наилучшей стратегией будет та, которая окажется наиболее эффективной для достижения поставленных целей в конкретной ситуации.

Список литературы:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент. – М.: Дело, 2004. – 240 с.

3. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента. – СПб.: Питер, 2001. – 336 с.

ФОРМИРОВАНИЕ УСЛОВИЙ СОГЛАСОВАННОСТИ ИНТЕРЕСОВ АКЦИОНЕРОВ И МЕНЕДЖЕРОВ В КОРПОРАТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ

© Ионов А.В.*

Глазовский инженерно-экономический институт, г. Глазов

Рассмотрен инструментарий согласования, как правило, несовпадающих интересов акционеров и менеджеров, основанный на построении эталонной динамики ключевых показателей.

Корпоративная форма предприятия предполагает, прежде всего, разделение функций владения и управления корпорацией. Именно отношения между собственниками и менеджментом компании являются определяющим признаком корпоративного управления. Но предоставление широких полномочий подразделениям предприятия и их руководителям породило проблему совпадения собственных интересов с интересами корпоративными. Интересы верхнего уровня управления с более низким здесь совпадают далеко не всегда. Любой фирме в той или иной степени присущ разрыв между функцией владения и функцией управления и контроля. Данная проблема усугубляется по мере усложнения форм организации бизнеса. Одной из самых сложных форм является как раз корпоративная, поэтому в корпоративном управлении эта проблема носит особо актуальный характер и является специфической особенностью такого способа ведения бизнеса. Разделение собственников и управляющих в современных корпорациях приводит к проблеме «владелец–агент».

Суть проблемы заключается в том, что акционеры рассматриваются в качестве хозяев, которые нанимают менеджеров-агентов. Деятельность агента должна быть направлена на увеличение благосостояния акционеров, что может проявляться, например, через увеличение стоимости компании. Тем не менее, на практике усилия менеджеров не всегда направлены на удовлетворение потребностей акционеров. В особенности это связано с альтернативностью решений, одни из которых обеспечивают быструю прибыль, а другие носят долгосрочный характер.

* Соискатель кафедры «Экономика и менеджмент»

Нанимая менеджера – агента для увеличения собственного благосостояния, владельцы фирмы – хозяева ставят перед ним определенные цели. Отсюда естественным было бы предположить, что достижение намеченных ориентиров свидетельствует о деятельности управляющих, в полной мере соответствующей стремлениям акционеров. В свою очередь уровень достижения или перевыполнения плановых показателей мог бы характеризовать степень сбалансированности корпоративных интересов, особенно если среди поставленных целей присутствуют цели, адекватные, в том числе, и желаниям менеджеров. Достаточно простой и понятный механизм внутрикорпоративного контроля, легко осуществляемый на практике акционерами-инсайдерами, непосредственно участвующими в работе корпорации. Однако при его применении может возникнуть ряд подводных камней. Покажем это на простом примере.

Пусть в качестве главных приоритетов акционеры выдвигают достижения определенных значений показателей выручки от реализации, чистой прибыли и суммы совокупных активов. В этих требованиях присутствует и забота о нуждах менеджеров, предпочитающих управлять крупными компаниями и стремящихся к росту выручки и активов. Допустим также, что по всем намеченным характеристикам произошло их превышение, а темпы роста показателей за три года составили (табл. 1)

Таблица 1

Темпы роста показателей сбалансированности
корпоративных отношений за три года

Показатель	Темпы роста, %		
	1 год	2 год	3 год
Выручка от реализации	105	106	117
Совокупные активы	102	108	120
Чистая прибыль	110	112	115

Такое представление информации, скорее всего, послужит основой утверждения, что за последние годы деятельность менеджеров по балансированию корпоративных интересов находится на высоком уровне и, более того, имеет тенденцию к улучшению. Темпы роста представленных показателей только подтверждают это. Все более быстрыми темпами растут целевые характеристики. Тем не менее, произведем простое преобразование таблицы. Заменим значения темпов роста рангами этих характеристик, рассчитанными в порядке неубывания. Ранжирование позволит сравнить, какой из показателей растет более быстрыми темпами, а какой медленнее всего. Результаты ранжирования представлены в табл. 2.

Специалистами в области корпоративных финансов отмечается так называемое «золотое» правило: «Темп роста прибыли должен быть больше темпа роста выручки, последний должен быть больше темпа роста активов ...».

Таблица 2

Ранги темпов роста показателей сбалансированности
корпоративных отношений за три года

Показатели	Ранги темпов роста		
	1 год	2 год	3 год
Выручка от реализации	2	3	2
Совокупные активы	3	2	1
Чистая прибыль	1	1	3

Исходя из этого, не проводя специальных расчетов, можно увидеть, что, несмотря на ежегодное превышение плана по отдельным показателям корпоративных интересов, а также ускорение темпов их роста, положение во втором году ухудшилось, а не улучшилось, а к третьему году еще более усугубилось.

Поэтому объемные характеристики результатов, взятые изолированно, не в состоянии выразить то, что пытаются выразить с их помощью. Показатели деятельности предприятия, характеризующие корпоративные интересы, изменяются во времени, могут быть лучше или хуже, устраивать или нет различные заинтересованные группы. Более того, совокупные корпоративные интересы сами могут меняться со временем, сегодня у акционеров одни требования по прибыли, завтра другие; сегодня менеджеры получают удовлетворение от достигнутых результатов, завтра – нет. Поэтому при построении оценки деятельности корпорации необходимо, с одной стороны, критерию баланса интересов придать динамическое представление, с другой стороны, измерить степень отклонения реальных показателей функционирования от данного критерия. К тому же, необходимо учесть, что в целях согласования интересов их придется каким-то образом упорядочивать, расставляя приоритетность, которая устраивала бы большинство участников корпоративных отношений. Разнородность и многообразие интересов затрудняет эту задачу в рамках существующих подходов. Для устранения названных проблем припишем требуемому подходу к оценке свойства динамической сопоставимости и динамической соподчиненности показателей, которые означают, что последние должны гарантировать сравниваемость во времени и пространстве оценок принимаемых решений. Это приводит к тому, что несопоставимые в статике характеристики хозяйства становятся сопоставимыми в динамике.

Проиллюстрируем эту мысль простым примером. Пусть, например, имеются три несопоставимых в статике показателя:

1. Длительность обращения дебиторской задолженности.
2. Среднесписочная численность работающих.
3. Валовая прибыль корпорации.

Сравнить эти величины трудно, если их рассматривать как статические. Но в динамике появляется некоторый естественный порядок. А

именно, длительность обращения дебиторской задолженности должна снижаться, что характеризует эффективное управление оборотными активами. Также естественно считать, что валовая прибыль растет быстрее, чем численность работающих и растет производительность труда.

В итоге имеем:

$$h_1 > h_2 > h_3,$$

где h_1 – темп роста валовой прибыли;

h_2 – темп роста численности персонала;

h_3 – темп роста длительности оборота дебиторской задолженности.

Соблюдение указанного порядка свидетельствует об эффективности управления предприятием. Его нарушение говорит о наличии проблем. Так изменение порядка в соседних показателях неравенства указывает на имеющиеся отдельные недостатки в деятельности менеджеров и, как следствие, недостижение результатов, устраивающих владельцев, так как есть нарушения в хозяйственном обороте, которые наверняка сказываются на их совокупном благосостоянии. Обратный представленному выше порядок может являться признаком серьезных проблем во взаимоотношениях владелец–менеджер. В этом случае наемные менеджеры управляют корпорацией далеко не в интересах акционеров.

Таким образом, несопоставимые в статике показатели становятся сопоставимыми в динамике. Более того, в динамике темповые характеристики организации имеют некоторый естественный порядок, могут быть проранжированы и соподчинены относительно друг друга. Можно утверждать, что развитие предприятия адекватно описывается динамической моделью, в которой различные частные характеристики должны находиться в определенной соподчиненности.

В качестве основных показателей баланса корпоративных отношений выбраны следующие показатели: выручка от реализации продукции (ВР), прибыль до налогообложения (П), чистая прибыль (ЧП), численность персонала (Ч), совокупные активы (СА) и выплаченные дивиденды (Д). Именно эти показатели отвечают требованиям, предъявленным к оценке деятельности наемных менеджеров.

Используя «золотое правило» экономики предприятия, рассуждения относительно смысла рассматриваемых показателей, теоретические основы политики выплаты дивидендов, а также, учитывая свойство общности измерителя, получим следующее упорядочение темпов анализируемых характеристик (См. напр. [1]):

$$\begin{cases} 1 < h(Ч) < h(СА) < h(ВР) < h(П) < h(ЧП) \\ 1 \leq h(Д) \end{cases}, \quad (1)$$

Здесь $h(a)$ – темп роста показателя a .

Среди представленной совокупности показателей, характеризующих сбалансированность корпоративных интересов, отсутствует рыночная стоимость предприятия в силу следующих причин:

1. Не все предприятия имеют рыночную стоимость, тогда как наша задача – построить измеритель, пригодный в отношении подавляющего множества фирм.

2. Рассмотренные показатели представляют собой основные факторы изменения стоимости предприятия, то есть достижение заданной динамики показателей является признаком сбалансированности корпоративных интересов, что ведет к повышению капитализации корпорации. Получается, что в этом контексте стоимость бизнеса выступает скорее в качестве следствия баланса интересов, а не его составной частью.

3. Как показано в [1], не всегда собственники заинтересованы в повышении стоимости бизнеса, а в отношениях «владелец–менеджер» эта характеристика только добавляет рассогласования.

4. Стоимость бизнеса сильно зависит от субъективных и не поддающихся формализации факторов, что затрудняет выбор ее места в упорядочении предпочтений участников корпоративных отношений в системе (4).

Выражение (1) является эталонной динамикой развития компании и основой управления корпорацией в интересах ее акционеров. Степень приближения реальной динамики к эталонной и будет характеризовать уровень менеджмента корпоративных систем, а также его соответствие ожиданиям акционеров. Помимо этого, система (1) в необходимой мере описывает направление развития предприятия и может служить основой мониторинга деятельности корпораций различных отраслей и масштабов деятельности.

Таким образом, в настоящей работе сформулирован оригинальный инструмент регулирования корпоративных отношений. В нем мы постарались учесть все основные интересы, соответствующие как акционерам, так и менеджерам. Причем мы мотивированно взаимоувязали и упорядочили их, расставив приоритеты без ущемления интересов ни одной из сторон. Что немаловажно, мы оцениваем финансовые интересы субъектов корпоративного управления, тогда как в основном они трактуются в правовой плоскости. Тем самым учтены базовые потребности рыночных субъектов в получении дохода как материального, так и морального на предоставленный капитал.

Широкое применение на практике сформулированных предложений позволит избежать неформализованных оценок качества корпоративного управления и принятия решений, основанных только на интуиции, а значит несущих в себе значительный риск.

Нами разработан сайт «Новые технологии финансового анализа» (www.freean.ru), где можно в свободном доступе по новым технологиям провести финансовый анализ и оценку сбалансированности интересов «владелец-менеджер». Кроме того, там есть ряд публикаций, посвященных вопросам корпоративных финансов, база данных по крупным российским предприятиям, а также калькулятор позволяющий оценить качество корпоративного управления и финансовой деятельности.

Список литературы:

1. Тонких А.С. Моделирование результативного управления корпоративными финансами. – Екатеринбург: Изд-во УрО РАН, 2006.

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

© **Мамаев Д.Е.***

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева,
г. Саранск

В статье даны рекомендации по созданию автоматизированных систем стратегического управления

Рынок информационных систем для бизнеса предлагает сегодня разнообразный выбор решений, помогающих предприятию организовать управленческий учет, обеспечить оперативное управление производством и сбытом, осуществлять эффективное взаимодействие с заказчиками и поставщиками.

Отдельную нишу на рынке бизнес-систем занимают аналитические программные продукты, предназначенные для поддержки принятия решений на стратегическом уровне управления предприятием. Главное отличие таких инструментов от систем оперативного управления состоит в том, что последние обеспечивают управление предприятием в «режиме функционирования», то есть выполнения вполне определенной производственной программы, в то время как аналитические системы стратегического уровня помогают руководству предприятия вырабатывать решения в «режиме развития». Масштабы происходящих изменений могут быть различными от глубокой реструктуризации до частичного обновления технологий на отдельных производственных участках, но, в любом слу-

* Старший лаборант кафедры Бухгалтерского учета и аудита

чае, лица, принимающие решения рассматривают альтернативы развития, задавая себе вопрос: «что будет, если?», от ответа на который зависит судьба предприятия в долгосрочной перспективе. Какой бы мощной и развитой ни была информационная система предприятия, она не может помочь в решении этих вопросов, во-первых, потому, что настроена на стационарные, устоявшиеся бизнес-процессы, во-вторых, в ней нет, и не может быть информации для принятия решений относительно новых областей бизнеса, новых технологий, новых организационных решений.

Уже давно замечено, что от внедрения информационных технологий на предприятии в наименьшей степени выигрывает топ-менеджмент. Вполне понятно, почему так происходит. Внедрение автоматизированных систем управления на предприятии направлено на решение наиболее насболевших проблем: организацию учета, управление производством и т.п. Это задачи, которые решает средний уровень управления. Задачи высшего руководства – выработка стратегии.

Для анализа информации, накапливаемой в корпоративных хранилищах данных, в настоящее время широко используются OLAP-системы. Для превращения информации в знание о закономерностях и тенденциях применяются программные продукты класса Data Mining. Эти аналитические системы являются переходным звеном между оперативным и стратегическим уровнями управления предприятием. Вместе с тем они не обеспечивают полноценного решения задач выработки и анализа стратегии. Ограничение их возможностей связано, прежде всего, с содержанием информации, на основе которой проводится анализ.

В процессе стратегического управления аналитические системы класса OLAP и Data Mining целесообразно использовать на этапах диагностики и стратегического контроллинга. Однако для анализа возможностей и стратегических альтернатив этих инструментов недостаточно.

Таким образом, на верхнем уровне управленческой «пирамиды» располагаются системы стратегического управления, а фундамент составляют корпоративные информационные системы и CRM-системы. На вершине этой пирамиды концентрируется информация, наиболее существенная для выработки стратегических решений. Здесь выполняется единый процесс стратегического управления, поддерживаемый полным набором аналитического инструментария.

Группа аналитических программных продуктов, появившихся на российском рынке значительно позднее финансово-аналитических программ, и развивающаяся на протяжении последних пяти лет, предназначена для решения задач стратегического маркетинга. Принимая во внимание, что для стратегических решений значимость анализа внутренних и внешних факторов составляет примерно 1:9, следует отметить, что такие инстру-

менты в наибольшей степени востребованы в процессе стратегического управления.

Типичные пользователи аналитических программ – это руководители и специалисты планово-экономических, финансово-аналитических, маркетинговых подразделений предприятия. Топ-менеджмент крупных компаний обычно имеет дело только с аналитическими результатами, полученными с помощью этих программ. Однако нередко с такими программами работают руководители средних предприятий, желающие собственными руками провести анализ возможных сценариев развития, оценить перспективы тех или иных решений.

Безусловно, эти задачи не охватывают всех звеньев процесса стратегического управления компанией. Их решения формировались «стихийно», по мере созревания соответствующих потребностей на рынке. Теперь же можно уверенно утверждать, что наступает новый этап развития рынка аналитических систем, характерной особенностью которого будет создание комплексных, а затем и интегрированных решений задач стратегического управления для крупных и средних компаний.

Состояние зарубежного рынка аналитических систем стратегического уровня весьма напоминает ситуацию на российском рынке. Главное сходство в том, что его доля по отношению ко всему рынку программных продуктов для бизнеса так же невелика. Наиболее распространенные аналитические системы, решают следующие задачи:

- диагностика финансового состояния предприятия на основании финансовой отчетности;
- прогнозирование финансовых показателей;
- бизнес-планирование;
- анализ и планирование маркетинга.

Вместе с тем существует широкий спектр зарубежных продуктов, решающих аналитические задачи на основе методов, пока мало знакомых российским менеджерам. К числу этих методов относятся ABC-анализ, EVA-метод, анализ «цепочки ценностей», система показателей BSC и другие.

Значительный интерес представляет группа продуктов для имитационного моделирования бизнес-процессов. К их числу относятся ithink, iDecide, Powersim, разработанные фирмами High Performance Systems, Decisive Tools, Powersim. Они представляют собой попытку популяризировать методы системного анализа, которые до последнего времени использовали только разработчики информационных систем и консультанты по управлению. Несмотря на то, что продукты действительно более просты, чем профессиональные средства бизнес-моделирования, они пока не стали популярными.

Весьма значимыми событиями следует признать появление аналитических программ, интегрированных с ERP-системами. Так фирма ABC Technologies успешно распространяет продукты, позволяющие проводить ABC-анализ данных, полученных из ERP-системы. Это еще не интегрированная система стратегического управления, но уже шаг в нужном направлении.

Наиболее заметная особенность зарубежного рынка состоит в обилии продуктов. Их невозможно перечислить. При этом ни один из них нельзя назвать безусловным лидером. Число пользователей наиболее распространенных зарубежных продуктов примерно сравнимо с тиражами аналогичных систем лидеров российского рынка.

Для большинства зарубежных продуктов характерна узкая специализация, фрагментарность предлагаемых решений. В то время как российские разработчики часто стремятся расширить возможности своего продукта, дополнить его новой функциональностью, их зарубежные коллеги дробят продукт на части, каждая из которых решает вполне определенную задачу. Существуют, например, такая программа как «Купить или арендовать?», с помощью которой можно оценить перспективы покупки или лизинга оборудования. Совершенно верное маркетинговое решение, позволяющее сегментировать рынок и избавить потребителя от необходимости платить за излишнюю функциональность.

Другой отличительной особенностью зарубежного рынка аналитических систем является наличие большого количества аналитических программ для малого бизнеса. Это недорогие, стоимостью около 50\$, продукты, представляющие собой шаблоны бизнес-планов или маркетинговых планов снабженные методическими рекомендациями и примерами. Более дорогие продукты для «непрофессионалов», называются «консультант в коробке»; они содержат базы знаний, помогающие пользователю выбрать «проверенные» на практике стратегические решения. Они действуют по аналогии с работой консультанта: клиент последовательно отвечает на ряд вопросов, позволяющих поставить диагноз его предприятию, и получает рекомендации по выбору стратегии и построению плана действий. Можно предположить, что такого рода продукты будут появляться и на российском рынке по мере того, как будут стабилизироваться условия для развития малого бизнеса и появится возможность тиражирования консалтингового опыта.

В целом зарубежный рынок аналитических программных продуктов следует определить как развивающийся. Уровень решений, предлагаемых российскими разработчиками таких продуктов, не только ни в чем не уступает зарубежным, но во многих отношениях превосходит их. Для российских софтверных компаний такая ситуация открывает возможность выйти на лидирующие позиции на этом сегменте зарубежного рынка. Не-

которые из них оценили эту возможность. Так компания ПРО-ИНВЕСТ-ИТ уже экспортирует локализованные версии своих аналитических программ в десятки стран мира.

Создание принципиально нового программного продукта класса аналитических систем для управления бизнесом – дело, связанное с множеством рисков. Источником рисков являются не только разработчики программ, но, в первую очередь, менеджмент компании, выступающий заказчиком системы. Для достижения успеха у заказчика должна сформироваться ясная концепция управления, которая будет воплощена в информационной системе. Необходимо понимать, что программа – это, прежде всего, знание о процессах управления, доведенное до алгоритмической ясности. Если этой ясности нет, то чуда не произойдет – программа получится такой же неуклюжей, как и усилия руководства компании по исправлению ситуации.

Из этого наблюдения следует очень важный вывод: предприятиям, на которых процессы управления не достигли необходимого уровня зрелости (а таких подавляющее большинство), лучше всего использовать в качестве инструментов стратегического управления типовые опробованные решения. Другими словами, решать те задачи, которые наиболее актуальны и теми средствами, которые наиболее доступны. В дальнейшем, по мере развития, они могут адаптировать их с учетом новых потребностей, либо перейти к использованию более специализированных средств управления.

Учитывая темпы изменений, происходящих в менеджменте и технологиях, можно уже в ближайшее время ожидать появления на рынке первых продуктов, относящихся к классу интегрированных систем стратегического управления. А через несколько лет спрос на такие системы достигнет пика. Вполне возможно, что лидерами в соревновании на новом перспективном рынке станут российские софтверные компании. Для этого они имеют хороший технологический «задел», приличный опыт и рынок, восприимчивый к новым технологиям.

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН

© Седельникова И.М.*, Касьянова С.А.♦

Государственный университет – Высшая школа экономики,
Нижегородский филиал, г. Нижний Новгород

* Доцент кафедры «Производственный менеджмент и логистика», канд. техн. наук, доцент

♦ Ассистент кафедры «Производственный менеджмент и логистика»

Приведена сравнительная характеристика инструментов и разработан методика анализа заинтересованных сторон компании, учёт требований которых является актуальной задачей в процессе принятия стратегических решений.

Реакцией на возросшую роль бизнеса в экономике и обществе стали требования, которые все чаще предъявляют ему представители и члены групп, чьи интересы он затрагивает. Данные группы называются стейкхолдерами (от англ. stakeholders) или заинтересованными сторонами. Таким образом, заинтересованные стороны – любые индивидуумы, группы или организации, оказывающие существенное влияние на принимаемые фирмой решения и/или оказывающиеся под воздействием этих решений [1]. Если компания лишь частично учитывает интересы стейкхолдеров при разработке своей стратегии и тактики, это может привести к тому, что поставленные цели не будут реализованы в полном объёме.

Для определения своих стейкхолдеров и их потребностей организации необходимо осуществлять анализ заинтересованных сторон и их интересов. Строгих алгоритмов данного анализа не существует, однако ключевыми моментами в процессе его применения являются определение и приоритизация заинтересованных сторон и их требований, а также балансирование значимых интересов стейкхолдеров.

Для того чтобы начать стратегически важный анализ заинтересованных сторон и их интересов, а также очертить рамки деятельности проектной группы, может быть использована модель трех вопросов [2]. В рамках данной модели проектная группа отвечает на три основополагающих вопроса: «В чем причина/вопрос?», «Какие заинтересованные стороны?» и «По какому поводу/зачем?». С помощью данного инструмента выдвигается проблема или цель, для которой понадобился анализ стейкхолдеров, выявляются первичные и вторичные заинтересованные стороны, имеющие непосредственное и косвенное отношение, соответственно, к исследуемой проблеме. Также данная модель собирает в себе выявляемые в ходе анализа информации и опросов предположительные интересы первичных заинтересованных сторон, а также задачи, направленные на удовлетворение этих интересов. Таким образом, благодаря использованию данной модели строится «скелет» для проведения следующих этапов.

На этапе приоритизации стейкхолдеров могут использоваться модели Митчелла и Мендлоу, как вместе, так и по отдельности. Модель Митчелла [1] в зависимости от обладания одного, двумя или тремя атрибутами: «власть», «срочность» и «законность» – позволяет разбить стейкхолдеров на следующие группы:

1. «Латентные» – менеджмент вправе ничего не предпринимать в отношении стейкхолдеров только с одним атрибутом:

- «бездействующая» или «спящая» (обладает властью);
- «контролируемая» (обладает законностью);
- «требующая» (обладает срочностью);

2. «Ожидающие» – комбинация двух признаков свидетельствует о высокой активности данных стейкхолдеров, и заставляет менеджмент принимать по отношению к ним более серьезные действия:

- «доминирующей» (власть и законность);
- «зависимой» (законность и срочность);
- «опасной» (власть и срочность);

3. «Категорические» – самая влиятельная группа, обладающая одновременно тремя атрибутами, чьи интересы должны учитываться в первую очередь.

Модель Мендлоу [1] позволяет расставить приоритеты среди заинтересованных сторон в зависимости от двух показателей: «уровень власти» и «уровень интереса». Формула влияния стейкхолдера выглядит следующим образом:

$$\text{Влияние заинтересованного лица} = \text{Власть} \times \text{Интерес}.$$

Закономерностью в данной модели является следующее утверждение: чем выше степень интереса стейкхолдера в деятельности компании, тем больше он от нее зависит, и, наоборот, чем выше степень влияния заинтересованной стороны, тем больше деятельность компании зависит от данной стороны и, следовательно, интересы этой группы должны будут учтены в первую очередь.

Интересы, определенные на этапе применения модели трех вопросов, необходимы при использовании инструмента парного сравнения [3], с помощью которого проектная группа расставит приоритеты среди интересов каждой группы заинтересованных сторон в отдельности. Для проведения анализа интересов на основе парных сравнений необходимо рассмотреть всевозможные пары, которые можно составить из N данных интересов и оценить доли каждого интереса на основе полученных данных. Соответственно, чьи доли в общей сумме больше, тем данные интересы приоритетнее.

Важно подчеркнуть, что значимость приоритизации заинтересованных сторон и их интересов является одним из ключевых моментов стратегического анализа стейкхолдеров. Не зная, кто из них фирме дороже, в той или иной ситуации и что для них важнее, она может долго идти не по тому пути, растрачивая свои ресурсы, силы и внимание, и в то же время, являясь «копилкой» для конфликтов с действительно значимыми заинтересованными лицами. Переполнение «копилки» обернется для компании огромными проблемами не только с оставшимися без внимания сторонами,

но и возможно другими стейкхолдерами, которых могут привлечь на помощь.

Важно также обратить внимание, что приоритизацию заинтересованных сторон и их интересов стоит время от времени обновлять, так как какие-либо изменения во внешней и внутренней среде компании могут привлечь к смене приоритетов.

Анализ стейкхолдеров и их интересов в рамках рассматриваемой проблемы завершает этап балансирования интересов, на котором довольно успешными в применении являются такие инструменты как сетка Мазера и Шкала оценки для балансирования стратегии. Данные методы являются составными частями известного в управлении качеством инструмента «домик качества».

Сетка Мазера [3] позволит увидеть как положительные, так и отрицательные взаимосвязи между приоритетными интересами, благодаря чему выявляются направления работы компании для минимизации противоречивых и зависимых интересов стейкхолдеров.

Шкала оценки для балансирования стратегии [3] способствует выявлению стейкхолдеров, чьи интересы удовлетворяются в компании наибольшим образом и наименьшим. Данный результат в сравнении с выводами этапа приоритизации заинтересованных сторон позволит увидеть, где компания делает ошибки. Также в данной шкале проявляются интересы, наиболее приоритетные среди интересов всех стейкхолдеров. По итоговому значению всей шкалы вычисляется процент балансирования, который должен составлять как минимум 50 %, что сигнализирует о более или менее благоприятной ситуации в компании относительно удовлетворения интересов выявленных заинтересованных сторон, то есть компания проявляет интерес к своим заинтересованным сторонам и стремится идти им на встречу.

Важно понимать, что 100%-ного соотношения добиться, естественно, невозможно, так как никогда не будут удовлетворены интересы всех людей в равной степени.

Завершив оценку результатов анализа заинтересованных сторон и их интересов, фирма может приступать к пересмотру своей стратегии и отношений к стейкхолдерам, для того, чтобы они соответствовали более выгодным для фирмы вариантам.

Представленная методика была апробирована на практике для идентификации и анализа заинтересованных сторон оптово-розничной компании ООО «Интерхим» (Нижний Новгород), которая уже более двенадцати лет успешно работает на рынке бытовой химии, средств гигиены и косметики.

Список литературы:

1. Петров М.А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения / Вестник СПбГУ. Сер.8. Вып. 2 (№16), 2004.
2. Крик Т., Форстейтер М., Монаган Ф. От слов к делу. Взаимодействие с заинтересованными сторонами. Выпуск 2: Практическое руководство по организации взаимодействия со стейкхолдерами / Пер. с англ. – М.: Международное проектное бюро «Деловая культура», 2005.
3. Глазунов А.В., Серов М.Е. Стратегическое планирование на принципах качества. – Нижний Новгород: Приоритет, 2006.

КЛАССИФИКАЦИЯ РИСКОВ, ВОЗНИКАЮЩИХ У ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ В ПРОЦЕССЕ ИХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© Смольянинова Е.Н.* , Бондаренко Т.Н.♦

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса, г. Владивосток

Предприятия и организации любой формы собственности постоянно сталкиваются с рисками в процессе своей деятельности, возникновение которых зачастую не зависит от хозяйствующего субъекта. С целью недопущения появления рисков или снижения их влияния на деятельность предприятий и организаций, необходимо выявлять наличие рисков, оценивать их значимость и проводить мероприятия на постоянной основе. Для этого необходимо в первую очередь определить само понятие риска и природу его возникновения.

В работах основоположников классической школы политической экономии У. Пети, Д. Бернулли, А. Смита, Д. Риккардо и др. экономические риски рассматривались в неразрывной связи с проблемой определения стоимости и рассмотрения процесса первичного перераспределения дохода. Классики исходили из того, что основу хозяйственного механизма составляет деятельность «экономического человека». По их мнению, преследуя собственный интерес, индивид вступает в противоречия по поводу владения, распределения и обмена деятельностью с другими субъектами рынка, намерения которых ему до конца не известны и которые воспринимаются им как экономическая опасность. Преследуя собственную выгоду, субъекты рынка стремятся минимизировать возможные потери, и,

* Старший преподаватель кафедры «Финансы и налоги», канд. экон. наук

♦ Старший преподаватель кафедры «Финансы и налоги»

тем самым, обеспечивают стабильность хозяйственной системе и способствуют общей выгоде. Риски для них – это атрибутивная характеристика любой хозяйственной деятельности, проявляющаяся как неопределенность конечного экономического результата [см., например, 3].

Анализ различных трактовок понятия риска показывает, что в настоящее время существует множество определений категории «риск», раскрывающих ее сущность и содержание с позиции различных наук. По-разному трактуется риск и в экономических науках. В экономической теории, например, риск, принято рассматривать как своего рода «отрицательный» продукт, который может быть объектом свободной купли-продажи.

Что касается предметных определений риска, то на их интерпретацию и сугубо конкретное содержание обычно оказывает влияние специфика той или иной отрасли экономики. Так, например, в теории финансов риск чаще всего рассматривается как неопределенность результата проведения операции, возможность ее отклонения от ожидаемого или планируемого значения. «По своей природе финансовые риски представляют собой вероятность возможных потенциальных потерь». Различные по глубине и наполнению определения финансового риска можно найти, в частности, в работах А.А. Первозванского, Ю.В. Рожкова и М.В. Терского и др. [см., например, 10], а также в исследованиях зарубежных учёных [см., например, 17].

В банковской деятельности, например, риск чаще всего объясняется как «опасность потерь», или как «отношение инвестора к возможности заработать или потерять деньги». Можно встретить и такие определения риска как «вероятность потерь ..., вероятность неблагоприятного исхода финансовой операции» [8, С. 86; 15, С. 239].

Наиболее полное в рассматриваемом им контексте определение риска, на наш взгляд, дал В.В. Кинев: «Под риском следует понимать следствие действия либо бездействия, в результате которого существует реальная возможность получения неопределённых результатов различного характера, как положительно, так и отрицательно влияющих на финансово-хозяйственную деятельность предприятия» [6, С. 73].

Таким образом, можно сказать, что риск в широком смысле этого слова (а, следовательно, включающий в себя и элемент хозяйственного риска) – это вероятная угроза неблагоприятного исхода финансовой или коммерческой операции, возникновения убытков, недополучения доходов, или совершения дополнительных расходов по сравнению с прогнозируемым вариантом.

В связи с этим, изучение и анализ хозяйственных рисков является обязательной информационной основой для разработки практических мер, направленных на обеспечение безопасности предприятия в целом, его

элементов и конкретных операций и сделок. «Анализ рисков призван ответить на следующие основные вопросы: какие элементы структуры предприятия являются объектами потенциальных угроз; какие именно опасности угрожают этим объектам; каковы возможные последствия реализации указанных угроз; какие меры следует принять для их предотвращения или локализации, а также возмещения возможного ущерба» [4, С. 25].

Для построения и анализа системы банковских рисков отправным документом, который используется в последнее время российскими и зарубежными исследователями, является Консультативное письмо Базельского комитета по банковскому регулированию [7].

Согласно нормативным документам Банка России, которые основываются на Базельском перечне рисков, сегодня в российских банках принято выделять следующие виды рисков: кредитный, страновой, рыночный (который включает в себя фондовый, валютный и процентный риски), риск ликвидности, операционный риск, правовой риск, риск потери деловой репутации и стратегический риск [1, С. 126].

Однако, для предприятий на сегодняшний день не существует определенных регламентов, описывающих и оценивающих риски, поэтому нам видится необходимым выявить и систематизировать риски, возникающие у любых хозяйствующих субъектов и, в первую очередь коммерческих предприятий.

Важнейшими характеристиками риска, определяющими его принадлежность к той или иной группе или виду риска, являются его качественная и количественная определенность. Взаимосвязь этих характеристик такова, что качественная оценка риска предполагает установление соответствующего ориентира в качественном выражении. В свою очередь, основанием для отнесения риска к той или иной группе служит система параметров, различная для каждой операции, входящей в состав конкретной сделки или по сделкам предприятия в целом. Количественная же оценка означает присвоение определённого количественного параметра качественному и измеряется в денежных единицах [13, С. 11].

В настоящее время существует несколько подходов к классификации рисков. То, каким образом риски будут разделены на виды, зависит от признаков, положенных в основу классификации. В зависимости от сферы влияния или возникновения риска они подразделяются на внешние и внутренние.

К внешним рискам относятся риски, непосредственно не связанные с деятельностью предприятия или конкретного партнера. Так, например, по мнению Г.Н. Белоглазовой и Л.П. Кроливецкой к внешним рискам следует отнести страновой (системный), региональный, политический, правовой, финансовый, социальный и технический риски [2, С. 297-299]. Ана-

логичного мнения придерживается и В.С. Захаров [5, С. 23], который к внешним рискам относит и системные риски.

В. Романов к внешним факторам относит законодательство, реакцию рынка на выпускаемую продукцию, действия конкурентов; к внутренним – компетентность персонала фирмы, ошибочность определения характеристик проекта и т.д. [11, С. 42]. Графова Г. и Алексеев П. к внешним рискам относят риски, не зависящие от видов или способов деятельности конкретного предприятия. Эти риски возникают при изменении конъюнктуры рынка, экономической среды предприятия. А вот внутренние риски, по мнению указанных авторов, складываются из рисков, возникающих в результате действия или бездействия сотрудников этого предприятия.

Также к внутренним рискам стоит отнести и такие показатели как сложность организационной структуры, уровень квалификации служащих, организационные изменения, текучесть кадров и т.д. Поэтому оценка рисков предприятий предусматривает выявление и анализ как внутренних, так и внешних факторов, оказывающих воздействие на их деятельность.

Однако необходимо помнить, что предприятие является не только коммерческой структурой, но и хозяйствующим субъектом, что влечёт за собой возникновение дополнительных видов рисков: природно - естественного, имущественного, маркетингового и др. [6, С. 74].

Проведённый нами анализ внешних факторов риска, влияющих на деятельность коммерческого предприятия, позволяет нам предложить следующий перечень внешних рисков, которым он может быть подвергнут: страновой, природно-естественный, финансовый, региональный, репутационный, рыночный, технический, социальный, инфляционный, маркетинговый, транспортный, правовой, политический, имущественный.

Под внутренним риском понимают риски, обусловленные деятельностью самого предприятия, его дебиторов и кредиторов, его клиентов. Они зависят от вида и специфики предприятия, состава его партнёров и характера его деятельности. Наиболее часто в публикациях фигурируют следующие виды внутренних рисков: инвестиционный риск, риск упущенной выгоды, риск неплатежеспособности, стратегический и технологический риски, риск неэффективности, личностный риск и организационный риск [6, С. 74].

Как видно из представленного перечня, предложенная классификация, являясь более укрупнённой, в основе своей базируется на природе возникновения риска: внешней или внутренней, т.е. на том, насколько предприятие может влиять на возникающие риски: либо только иметь их ввиду и, по возможности адаптироваться к ним (внешние), либо влиять на их возникновение, вплоть до недопущения (внутренние). В этом, на наш взгляд, с одной стороны, проявляется системность и комплексность под-

хода к исследованию проблемы различными специалистами и учёными, а, с другой, то общее и особенное, что необходимо для целей изучения конкретного вида риска в той или иной вполне определённой ситуации [см., например, в связи с этим работы: 12, 14 и др.]. Безусловно, рассмотренные нами классификации рисков и их содержание могут быть (и, видимо, должны) расширены, иначе структурированы и дополнены.

Список литературы:

1. Об организации внутреннего контроля в кредитных организациях и банковских группах: положение Банка России от 16 декабря 2003 года N 242-П [Электронный ресурс] – Режим доступа: Компьютерная сеть ВГУЭС. – БД «Консультант плюс».
2. Банковское дело / Под ред. Г.Н. Белоглазовой и Л.П. Кроливецкой. – СПб.: Питер, 2004. – 384 с.
3. Бернулли Д. Опыт новой теории изменения и жребия. Теория потребительского поведения и спроса. – СПб.: Экономическая школа, 1993. – 256 с.
4. Гамза В.А. Методологические основы системной классификации банковских рисков // Банковское дело. – 2001. – № 6. – С. 25-29.
5. Захаров В.С. О рисках банковской системы // Деньги и кредит. – 2004. – № 3. – С. 23-26.
6. Кинев Ю.Ю. Оценка рисков финансово-хозяйственной деятельности предприятий на этапе принятия решений// Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 5. – С. 73-83.
7. Консультативное письмо Базельского комитета по банковскому регулированию. Базель, сентябрь 1997 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: Компьютерная сеть ВГУЭС. – БД «Консультант плюс».
8. Мелкумов Я.С. Экономическая оценка эффективности инвестиций. – М.: ИКЦ «ДИС», 1997. – 160 с.
9. Первозванский А.А., Первозванская Т.Н. Финансовый рынок: расчет и риск. – М.: Инфра-М, 1994. – 160 с.
10. Рожков Ю., Терский М. Инвестиционный потенциал региона и масса регионального инвестиционного риска // Вестник ХГАЭП. – 2000. – № 2. – С. 27-38.
11. Романов В. Понятие рисков и их классификация // Финансовый бизнес. – 2001. – № 1. – С. 40-43.
12. Старков П. Контракт на евро беспрецедентно интересен для хеджирования валютных рисков // Рынок ценных бумаг. – 2001. – № 15. – С. 26-27.
13. Супрунович Е. Основы управления рисками // Банковское дело. – 2004. – № 12. – С. 9-12.

14. Терский М.В. Риски зарубежных инвестиций в России // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. – 2000. – № 2. – С. 15-28.
15. Финансовый менеджмент / Под. ред. акад. Г.Б. Поляка. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 432 с.
16. Челенков А. Специфика управления сервисными продуктами // Маркетинг. – 2000. – № 1. – С. 117-122.
17. Bloemer J., de Ruyter K., Peeters P. Investigating of bank loyalty: the complex relationship between image, service quality and satisfaction// International Journal of Bank Marketing. – 1998. – Vol. 16, N7. – p. 276-286.

Секция 5

МАРКЕТИНГ

СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

© Абашина Ю.Н.*

Сургутский государственный педагогический университет,
г. Сургут

Современные исследователи определяют маркетинговые коммуникации как процесс взаимодействия субъектов маркетинговой системы по поводу согласования и принятия тактических и стратегических решений в маркетинговой деятельности [2, 3].

Багиев Г.Л. [1, С. 215] к маркетинговым коммуникациям относит: рекламу, личные продажи, PR и стимулирование сбыта, кроме того, в последнее время наблюдается повышение интереса к прямому маркетингу («директ-маркетингу»). Парамонова Т. и Бикулов В. [4, С. 67-72] предлагают опираться на схему из четырех базовых технологий: рекламу, сейлз промоушен, директ-маркетинг, паблик рилейшнз. Таким образом, большинство теоретиков и практиков маркетинга выделяют четыре основных элемента комплекса маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, личные продажи и связи с общественностью.

В ходе исследования нами была изучена организация маркетинговых коммуникаций в московских ресторанах: «Соль и перец», «Viaggio Palermo», семейном кафе «МУ-МУ». Дадим их краткую характеристику. Ресторан «Соль и перец» расположен в одном из «спальных районов» Москвы – Зеленограде. В нем три зала, каждому залу соответствует своя кухня, свой набор напитков. В ресторане предлагаются блюда и напитки континентальной, китайской и японской кухни. Ресторан «Viaggio Palermo» сетевое предприятие, расположенное в центральных районах Москвы. Ресторан – 2-этажный и состоит из нескольких залов. Кухня представлена фирменными итальянскими блюдами. Кафе «МУ-МУ» также сетевое предприятие. Потенциальные посетители – семьи, в кафе есть детская игровая комната.

Каковы же особенности использования средств маркетинговых коммуникаций в московских предприятиях общественного питания?

Беседа с менеджерами маркетинговых отделов вышеуказанных предприятий показала, что основными задачами ресторанного маркетинга являются: привлечение целевой группы посетителей; расширение круга посетителей ресторана; увеличение дохода с клиента; удержание клиентов

* Студентка

Привлечение целевой группы посетителей направлено на четкое позиционирование заведения и привлечение определенных групп посетителей. Так, девиз ресторана «Соль и Перец» – «кругосветное гастрономическое путешествие». Ресторан «Viaggio Palermo» предлагает фирменные палермские блюда, его посетители истинные гурманы и ценители итальянской кухни. Кафе «МУ-МУ» семейное кафе, в котором приняты высокие стандарты качества детского питания. Огромное внимание в нем уделяется безопасности питания и качеству приготовления блюд.

Под *расширением круга посетителей* ресторана подразумевается привлечение той аудитории, которая не совсем свойственна данному заведению. С этой целью маркетинговый отдел очень внимательно следит как за ресторанным рынком, так и за изменением предпочтений потенциальных посетителей. Например, когда в Москве появилась мода на китайскую и японскую кухню в ресторане «Соль и перец» был открыт «Китайский зал». И, надо сказать, что до некоторой степени это помогло решить проблему привлечения дополнительной клиентуры, а также способствовало удержанию тех клиентов ресторана, кто поддавался этому модному веянию. Одним из способов привлечения более широкого круга клиентов является работа в нескольких форматах. В изучаемых нами ресторанах организуются фуршеты, банкеты и другие мероприятия.

Увеличение дохода с клиента подразумевает, что клиент либо чаще приходит в ресторан, либо платит больше за одно посещение при том же графике (желательно, конечно, и то и другое). Во многом это зависит от соответствующей атмосферы заведения, от профессионализма персонала. Этому способствует введение в меню всевозможных дополнительных предложений сверх обычного меню, что-то вроде «шеф-повар рекомендует». Например, в ресторане «Виаджио» в сентябре предлагаются освежающие сочные десерты, в июле объявляется клубничный сезон, в сентябре при заказе любого блюда из мидий – бокал вина в подарок.

На решение данной программы направлено также построение сети ресторанов. Изучаемые нами предприятия – ресторан «Viaggio Palermo» и кафе «МУ-МУ» являются сетевыми. Сетевые заведения решают сразу две проблемы – во-первых, они охватывают новые пласты своих клиентов за счет географического увеличения и, во-вторых, таким образом, они увеличивают частоту посещений своих ресторанов одним и тем же клиентом.

Удержание клиентов рассчитано на то, чтобы перевести клиента из разряда случайных в разряд постоянных. С этой целью в ресторанах используются различные методы стимулирования сбыта. Например, в ресторане «Viaggio Palermo» ежегодно с 3 мая по 17 августа проходит акция «Гастрономические путешествия по Италии». Причем, в данном ресторане принято, чтобы отношение к клиентам было персонализированным.

Особое место в маркетинге ресторанов занимает *реклама*. Она является неотъемлемой частью маркетинговых коммуникаций. Все без исключения администраторы убеждены в важности и необходимости рекламы. По их мнению, цель рекламной деятельности ресторанов и кафе заключается в распространении информации о заведении и привлечении к их посещению как можно большего количества клиентов. Вместе с тем, цели рекламы, проводимой в различных ресторанах и кафе, имеют и несколько различное направление. Так, например, цели рекламы в ресторане «Соль и перец» – привлечение наибольшего количества посетителей, формирование у потребителя благожелательного отношения к фирме. В ресторане «Viaggio Palermo» – стремление случайного клиента перевести в разряд постоянных, формирование у потребителя определенного образа заведения и благожелательного отношения к нему, создание предпочтения перед аналогичными услугами других предприятий. В семейном кафе «МУ-МУ» – знакомство населения со спецификой заведения, стремление сделать его постоянным клиентом данного заведения. Сведения об использовании в изучаемых ресторанах отдельных видов рекламы представлены нами в табл. 1

Таблица 1

Виды рекламы, используемой в московских ресторанах

Рестораны	«Viaggio Palermo»	«Соль и перец»	«МУ-МУ»
Виды рекламы			
Печатная реклама	+	+	+
Телевизионная реклама	+		
Реклама в метро			+
Имидж-реклама	+	+	
Реклама в Интернете	+	+	+
Промоушен акции	+	+	+
Устная реклама	+	+	+
Наружная реклама	+	+	+

Проведение мероприятий по *стимулированию сбыта* на сегодняшний день получает все большее развитие в московских предприятиях общественного питания и является эффективным и сравнительно недорогим методом привлечения потенциальных покупателей. В московских ресторанах используются следующие средства стимулирования сбыта.

Таблица 2

Основные средства стимулирования сбыта

Средства по стимулированию сбыта	Характеристика	Комментарии
Дегустация блюд	Это предложение клиентам блюда на пробу	Считается самым эффективным способом популяризации блюда

Продолжение таблицы 2

Средства по стимулированию сбыта	Характеристика	Комментарии
Купоны	Это сертификаты, дающие посетителю право на оговоренную экономию при заказе определенных блюд.	Могут быть эффективными для стимулирования продаж хорошо знакомых блюд; для поощрения клиентов опробовать новинку.
Премия	Это блюда и напитки, предлагаемые по довольно низкой цене или бесплатно в качестве поощрения за покупку других блюд.	Данный способ эффективен для ресторанов, которые расширяют свой ассортимент и предлагают новый товар.
Сувениры	Небольшие подарки клиентам: ручки, календари, блокноты и т.п.	Призваны напоминать клиенту о ресторане, его меню.
Экспозиции и демонстрации товара в местах продажи	Представление новых или отдельных видов блюд.	Стимулируют импульсивные покупки
Конкурсы	Клиенты должны что-то представить на конкурс (куплет, прогноз, предложение и т. п.)	Конкурс позволяет получить купон, скидку, путевку и т. п.
Лотереи	Победитель определяется случайным выбором.	Целесообразно использовать в почтовой рекламе.

По определению Ф. Котлера под *личной продажей* понимается устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными клиентами с целью совершения продажи. В изучаемых нами предприятиях общественного питания присутствуют элементы стимулирования сбыта: купоны, конкурсы, премии, различные приглашения, льготы и т.п. Как отмечают администраторы ресторанов, эффективность личных продаж определяется в значительной степени личностью обслуживающего персонала. Особое внимание этому уделяется в ресторане «Viaggio Palermo». Так, официант должен иметь приятную внешность, уметь общаться, принять интересы клиента «близко к сердцу», быть заинтересованным в совершении заказа, иметь желание повышать свою квалификацию; важны одежда и манеры поведения. Большое внимание уделяется знанию психологических особенностей постоянных клиентов, предпочитаемых ими блюд и напитков, изучению пожеланий и претензий клиентов.

Паблик Рилейшнз – это планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и ее общественностью. Важнейшие методы *Public Relations, используемые в московских ресторанах*:

- печатная продукция в паблик рилейшнз;

- видеоклипы, снимаемые для рекламы предприятий общественного питания демонстрируются в культурно-развлекательных центрах города Москвы;
- коммуникации со СМИ.

Таким образом, система маркетинговых коммуникаций московских ресторанов имеет характер комплексного воздействия на целевую аудиторию (рекламные сообщения в СМИ дополняются методами прямого маркетинга, методами стимулирования продаж, выставочной активностью и т.д.). В развитых странах принята разработка перспективных планов проведения маркетинговых исследований, а затем планирования системы маркетинговых коммуникаций. К сожалению, такая форма не приемлема для московских предпринимателей, т. к. планирование годового бюджета не всегда возможно из-за нестабильности экономической ситуации и постоянной смены законов и налогов. Тем не менее, планирование рекламных мероприятий все же осуществляется. Это позволяет достичь большего эффекта от организации системы маркетинговых коммуникаций.

Список литературы:

1. Багиев Г.Л и др. Маркетинг: Учебник для вузов. – М.: ОАО «Изд-во Экономика», 1999. – 703 с.
2. Панкрухин А.П. Маркетинг: Учебник – М.: Институт международного права и экономики им. А.С. Грибоедова, 1999. – 398с.
3. Патти Д. Шок, Джон Т. Боуэн, Джон М. Стефанелли. – М.: ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2005. – 240 с.
4. Парамонова Т., Биколов В. Составляющие элементы системы маркетинговых коммуникаций // Маркетинг: методы, формы, исследования. – 2005. – № 2 (81). – С. 67-72.

АНАЛИЗ РЫНКА УСЛУГ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СЕГМЕНТЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

**© Вайсман Е.Д.*, Голубчикова Ю.В.*,
Старикова А.А.*, Шеметов И.О.***

Южно-Уральский Государственный Университет, г. Челябинск

* Профессор кафедры «Экономика и финансы», канд. экон. наук, доцент

* Студент

* Студент

* Студент

В статье приведены результаты исследования рынка услуг высшего образования г. Челябинска в сегменте экономических специальностей. Проведен сравнительный анализ не только ВУЗов города, но и, учитывая наличие во многих учебных заведениях, в том числе в Южно-Уральском государственном университете (ЮУрГУ) нескольких факультетов, предлагающих образовательные услуги по схожим экономическим специальностям, конкурентных преимуществ и недостатков этих факультетов. В результате была оценена конкурентная позиция ЮУрГУ в целом, и факультета «Экономика и Управление» в частности, даны рекомендации по установлению цены на получение образовательной услуги для абитуриентов, поступающих в ВУЗ на коммерческой основе.

Сегодня образование становится вполне самостоятельной и весьма доходной областью бизнеса. Это особенно характерно для высших учебных заведений. Жёсткая борьба наблюдается не только между учебными заведениями, но и между факультетами внутри ВУЗа за абитуриентов, поступающих на экономические специальности, спрос на которые все еще сохраняется на достаточно высоком уровне.

Объектом нашего исследования стал челябинский рынок услуг высшего образования в сегменте экономических специальностей.

Информационная база для анализа была сформирована как на основе вторичной информации, так и с помощью полевых исследований. Были опрошены одиннадцатиклассники средних общеобразовательных учреждений (объём многоступенчатой типической выборки – 525 человек), пятикурсники и родители первокурсников кафедры экономики и финансов факультета «Экономика и Управление» (получено 62 анкеты, возвратность – 50 %). На основе данных первого опроса были выявлены предпочтения абитуриентов, дан прогноз рыночных долей факультетов ЮУрГУ. Пятикурсники кафедры экономики и финансов выступили как эксперты в рамках SWOT-анализа. Последний опрос позволил реализовать методику ценообразования PSM (Price Sensitivity Meter).

Остановимся на основных результатах исследования. Анализ вторичной информации показал, что основная негативная тенденция на рынке образования связана с падением рождаемости в период 1988-1993 гг., а значит, и сокращением числа потенциальных абитуриентов. Тем не менее, спрос на высшее образование продолжает расти за счёт тех, кто не поступил в ВУЗ по какой-либо причине в предыдущие годы. Популярность экономического образования по-прежнему находится на высоком уровне: 26,17 % из опрошенных одиннадцатиклассников хотят реализовать себя в этой профессии.

В рамках проведённого SWOT-анализа был выявлен ряд преимуществ факультета «Экономика и управление» (качество образования, престиж-

ность его получения именно на этом факультете) и недостатков (слабое продвижение, низкая информированность абитуриентов). Исследование показало высокое качество образовательных услуг на фоне снижающегося конкурса на отдельные специальности. Такая ситуация может быть объяснена на основе адаптированной модели «Servaction» [1], или «обслуживание в действии» (рис. 1), в соответствии с которой процесс покупки услуги определяется не столько внутренними характеристиками факультета, сколько уровнем и качеством системы отношений, которые реализуются с помощью информационной оболочки продвигаемого продукта. Составляющими последней являются коммуникационная политика, цена услуги и ассортимент предлагаемых специальностей. Именно эти компоненты и оказывают влияние на принятие решения абитуриентом.



Рис. 1. Концепция «Servaction»
в приложении к рынку образовательных услуг

Этот вывод подтверждается и результатами, полученными в ходе опроса школьников, свидетельствующими, что при принятии решения о поступлении они руководствуются такими факторами, как разнообразие выбора специальностей, престижность образования и стоимость обучения. Исследование показало, что 58,8 % челябинских абитуриентов, желающих получить экономическое образование, выбирают ЮУрГУ. Но для того, чтобы получить высшее образование, выпускнику школы необходимо иметь и соответствующие знания. Только около 15 % будущих экономистов включают в перечень своих экзаменов физику, подавляющее же большинство намеревается сдавать обществознание. Это одна из причин относительно низкого спроса на специальности «Экономика и управление на предприятии (машиностроение)» и «Экономика и управление на предприятии (электроэнергетика)», для поступления, на которые необходимо сдать, в числе прочих, экзамен по физике.

Анализируя ситуацию на рынке услуг высшего образования, мы определили конкурентную позицию ЮУрГУ среди крупнейших ВУЗов Челябинска, выпускающих экономистов. С учетом важности для абитуриентов таких параметров, как качество преподавания, престижность образования, стоимость обучения, наличие библиотеки, военной кафедры и техническое оснащение ВУЗа, было установлено, что ЮУрГУ занимает лидирующее положение и превосходит всех ближайших конкурентов. В принципе, полученный вывод вполне закономерен, учитывая, что сегодня ЮУрГУ входит в первую десятку среди 92 университетов России в рейтинге Министерства образования и науки РФ и входит в а-лигу российских ВУЗов.

Но особо острая борьба за «умные головы» абитуриентов разворачивается внутри ВУЗа между факультетами, и именно они являются ближайшими соперниками факультета «Экономика и Управление». Одним из важнейших факторов, влияющих на выбор абитуриента при принятии решения о поступлении, является широта спектра предлагаемых специальностей. В этой связи для определения позиции нашего факультета была использована методика выявления ближайших конкурентов по совпадению ассортиментных позиций [3]. Количественная оценка проводилась с помощью показателя относительных совпадений специальностей на различных экономических факультетах F_{ij} :

$$F_{ij} = \frac{m_{ij}}{S_i} \cdot 100\%$$

где S_i – число ассортиментных позиций, т.е. количество специальностей, предлагаемых i -ым факультетом;

m_{ij} – число совпадений специальностей факультета i с факультетом j .

Результаты расчета показателя сведены в матрицу (табл. 1).

Таблица 1

Показатель относительных совпадений ассортиментных позиций у различных факультетов ЮУрГУ

i -ый факультет j -ый факультет	ЭиУ	ПиФ	СиЛП	Междунар.	Эип	Ком.
ЭиУ		26,3	5,3	15,8	26,3	31,6
ПиФ	50,0		10,0	20,0	20,0	30,0
СиЛП	10,0	10,0		10,0	10,0	10,0
Междунар.	30,0	20,0	10,0		20,0	30,0
ЭиП	35,7	14,3	7,1	14,3		21,4
Ком.	40,0	20,0	6,7	20,0	20,0	
Оценка степени угроз для конкурентов	165,7	90,6	39,1	80,1	96,3	123,0

Каждое число в таблице, кроме нижней строки, представляет долю из общего количества специальностей факультета i тех, которые совпадают со специальностями факультета j . Число в нижней строке представляет собой суммарную оценку угрозы, которую представляет j -й факультет для конкурентов.

Анализ матрицы позволяет дать характеристику каждому факультету с двух позиций: как «нашего» и как конкурента. В первом случае анализируется содержание строк, а во втором – столбцов. Анализ по строкам показывает угрозу факультету со стороны конкурентов. Анализ по столбцам показывает угрозу конкурентам со стороны рассматриваемого факультета.

В итоге было установлено, что ближайшими соперниками по критерию совпадения специальностей факультета «Экономики и Управления» являются такие факультеты ЮУрГУ как «Коммерция», «Право и финансы», «Экономика и предпринимательство».

С помощью адаптированной методики парных сравнений [2] на основе опроса учеников одиннадцатых классов был дан прогноз потенциальной рыночной доли факультета экономики и управления среди остальных факультетов ЮУрГУ. Рыночную долю факультета g_i определили по формуле полной вероятности:

$$r_i = \sum_{i \neq j} P(H_{ij}) p_{ij}$$

где p_{ij} – вероятность события A , при котором абитуриент, выбирая между факультетом i и факультетом j , отдаст предпочтение факультету i ;

$P(H_{ij})$ – вероятность того, что студенту придётся выбирать между факультетами i и j .

По оценкам, рыночная доля факультета «Экономика и Управление» составит в 2008 году порядка 46 %. Оценка проводилась с учётом «продвинутости» факультетов на рынке предложения экономических специальностей и степени их известности среди потенциальных абитуриентов.

Для определения оптимальной цены на образовательную услугу были использованы сравнительный коэффициентный метод и методика PSM, учитывающая возможности потребителей. В рамках первого подхода за базу была взята средняя цена в Екатеринбурге на экономическом факультете УрГУ, скорректированная на разницу уровня жизни в сравниваемых городах и разницу в прогнозируемых конкурсах на экономические специальности. Полученный уровень цен показал, что текущая стоимость обучения на факультете экономики и управления ЮУрГУ является заниженной. Результаты методики PSM дали сопоставимый с итогами этих расчётов диапазон приемлемых цен, что свидетельствует о том, что повышение

стоимости обучения подкреплено в настоящее время и финансовыми возможностями родителей абитуриентов (рис. 2).

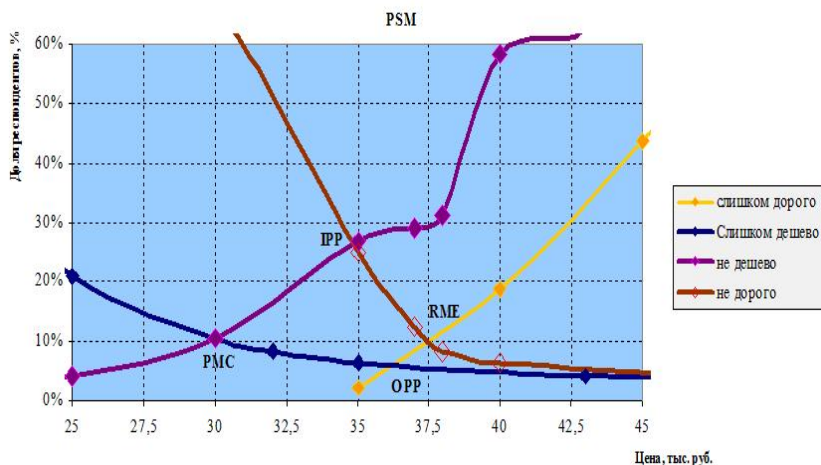


Рис. 2. Определение диапазона приемлемых цен на получение образования по экономическим специальностям с помощью методики PSM

Таким образом, в результате проведенного исследования было установлено, что повышение стоимости обучения на кафедре экономики и финансов и факультете экономики и управления в целом возможно и экономически оправдано.

Список литературы:

1. Антипов К. Маркетинг отношений. Друзьями не рождаются, друзьями становятся // Реклама. Теория и практика. – 2005. – № 6. – С. 2-11.
2. Баран В.И. Определение рыночной доли на основе парных сравнений // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 3. – С. 12-14.
3. Кротков А., Третьяков Н. Некоторые методические аспекты конкурентного анализа // Маркетинг. – 2007. – № 1. – С. 49-54.
4. Яскевич Е.В. Исследование потребителей как основа маркетингового управления высшим учебным заведением // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 4. – С. 46-58.

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ В ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОМПЛЕКСА СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ

© Ветрова В.В.*

Орловский государственный технический университет, г. Орел

В статье приводятся данные социологического исследования инвестиционных возможностей населения Орловской области, на основе которых разрабатывается маркетинговая стратегия развития регионального рынка ценных бумаг.

Экономическая система на любом иерархическом уровне постоянно испытывает потребность в финансовых ресурсах. Одним из наиболее оптимальных источников денежных средств, традиционно, выступают сбережения населения, потребителями же, заинтересованными в привлечении дополнительных финансовых потоков, являются хозяйствующие субъекты и само государство в лице субъектов федерации и муниципальных образований.

Для того чтобы решить проблемы, стоящие перед региональным фондовым рынком, необходимо разработать маркетинговую стратегию развития рынка ценных бумаг, призванную удовлетворить запросы всех групп населения в эффективных финансовых механизмах и инструментах, которые смогут предоставить определенный набор преимуществ в сравнении с классическими инструментами финансового рынка и схемами инвестирования, такими как: банковские вклады, операции с валютой и т.п.

Безусловно, достижение этой цели невозможно без комплекса социологических методов, использование которых позволит выявить проблемы в восприятии населением возможностей инвестирования на рынке ценных бумаг и разработать стратегии привлечения частного инвестора на фондовый рынок, что обеспечит «перелив» капиталов в приоритетные отрасли для обеспечения экономического роста и, в конечном счете, повышения качества жизни населения России.

Так, в результате социологического исследования инвестиционной культуры населения Фондом «Общественное мнение», проведенного в конце 2007 г. на основе опроса 2,5 тысяч «финансово активных» граждан России из 204 населенных пунктов в 63 субъектах РФ, около 50 % опрошенных, в принципе, желали бы купить акции при наличии финансовых

* Аспирант

возможностей, 19 % респондентов – паи в Паевых инвестиционных фондах (ПИФах). При этом реальная покупка акций или паев в ПИФах входит в ближайшие планы всего у 5 % респондентов. Подавляющее большинство участников опроса (90 %) признались, что у них лично не хватает знаний и информации для того, чтобы успешно вложить деньги в акции [1].

Опираясь на опыт проведенного исследования, в начале 2008 года, в г. Орле, был проведен аналогичный опрос среди акционерных обществ и населения. В социологическом исследовании участвовали 50 акционерных обществ (ОАО и ЗАО) и 184 жителя г. Орла и области. Результаты анкетирования показали, что 20 % респондентов из числа акционерных обществ использовали инструменты рынка ценных бумаг (векселя, депозитные сертификаты и т.д.) для привлечения денежных средств в целях финансирования своей текущей деятельности; 12,5 % использовали эмиссию облигаций для финансирования инвестиционных проектов или программ, а 8 % использовали эмиссию акций для аналогичных целей. При этом, 75 % опрошенных заявили о необходимости развивать институты и инструменты рынка ценных бумаг на территории Орловской области.

Исследование инвестиционной активности среди населения показало, что уровень экономической грамотности граждан сегодня не высокий. Респонденты лучше всего осведомлены о традиционных инструментах вложения денег, таких как: банковские вклады (о вкладе в Сбербанк знают или слышали 98 %, о вкладе в коммерческие банки – 91 %), инвестиции в недвижимость (90 %), акции (87 %). Наименее известны респондентам такие современные инвестиционные инструменты, как ПИФы, корпоративные облигации и Общие фонды банковского управления (ОФБУ).

Самостоятельное распоряжение своими инвестициями (работа на рынке ценных бумаг посредством Интернет-трейдинга) предпочли бы 60 % респондентов (но при консультационной поддержке профессионалов). Доверить распоряжение собственными средствами специалистам предпочли бы 40 %. Большинство тех, кто готов доверить управление своими средствами специалистам, мотивируют это тем, что сами недостаточно компетентны в этом вопросе. Самый распространенный аргумент предпочитающих самостоятельное управление своими инвестициями – это недоверие любым посредникам в этой сфере.

В целом по выборке (около 90 % опрошенных) наблюдается недостаточная информированность участников анкетирования по вопросам инвестирования, в виду отсутствия сведений на понятном для респондентов уровне.

Проведенное исследование позволило разработать маркетинговую стратегию развития фондового рынка в Орловской области.

Целью стратегии является развития фондового рынка Орловской области, превращение его в высокоэффективный механизм перераспреде-

ния финансовых ресурсов, способствующий существенному увеличению инвестиций в экономику региона и снижению стоимости инвестиционных ресурсов. Реализация основной цели представляется невозможной без существенного увеличения емкости регионального рынка, обеспечения его структурного развития в части увеличения доли первичного рынка путем активизации эмиссионной деятельности акционерных предприятий, повышения эффективности функционирования за счет снижения затрат инвесторов и эмитентов, увеличения рентабельности присутствия инвесторов и эмитентов на рынке, а также повышения качества их обслуживания.

Комплекс общих задач, которые необходимо решить для достижения вышеуказанной цели, может быть представлен следующим образом:

- определение основных параметров функционирования регионального рынка ценных бумаг и роли региональной администрации на этом рынке;
- повышение качества обслуживания эмитентов и инвесторов на региональном рынке ценных бумаг и повышение эффективности функционирования данного рынка;
- создание инвестиционной базы регионального рынка ценных бумаг и условий для осуществления на нем инвестиционной деятельности;
- оптимизация структуры эмитентов, вывод на рынок предприятий, обеспечивающих потенциал роста и инноваций в экономике.

Основные этапы реализации маркетинговой стратегии развития регионального рынка ценных бумаг:

Первый этап (2007-2012 гг.). Для первого этапа наиболее актуальны следующие задачи:

- изменение законодательной базы в области регулирования регионального рынка ценных бумаг;
- первые выходы муниципалитетов на долговой рынок;
- активизация привлечения финансовых ресурсов хозяйствующими субъектами, рост числа вторичных эмиссий;
- создание инфраструктуры фондового рынка в области;
- привлечение части населения на фондовый рынок посредством институтов коллективных инвестиций;
- распространение системы Интернет-трейдинга.

Второй этап (2012-2015 гг.) должен характеризоваться максимальными темпами роста первичного рынка и развитием вторичного рынка. Количество региональных предприятий, вышедших на рынок ценных бумаг, должно существенно увеличиться.

Объем эмиссий в этот период должен выйти на стабильный уровень, и дальнейшие усилия участников рынка следует направить на поддержание достигнутых показателей.

Основные мероприятия в рамках стратегии:

- создание инфраструктуры регионального фондового рынка;
- подключение населения к инвестициям на фондовом рынке посредством институтов коллективных инвестиций и Интернет-трейдинга;
- создание комплексной системы обеспечения и защиты прав инвесторов на региональном рынке ценных бумаг;
- стимулирование выпуска и использования предприятиями области инструментов фондового рынка, в т.ч. IPO;
- создание нормативно-правовой базы регионального рынка ценных бумаг;
- активизация работы муниципальных и региональных органов власти на долгом рынке;
- создание единого национального фондового пространства.

Организационное обеспечение работы по реализации стратегии целесообразно возложить на РО ФСФР России в ЮЗР и структурное подразделение Администрации Орловской области по финансовому рынку.

Финансовое обеспечение:

- средства областного бюджета;
- средства федерального бюджета в объемах, предусмотренных федеральной «Программой развития рынка ценных бумаг России до 2010 года»;
- внебюджетные средства, включая целевые отчисления от прибыли организаций, заинтересованных в развитии фондового рынка области (на добровольной и договорной основе), средства саморегулируемых организаций и средства частных инвесторов

В результате реализации комплексной программы мер рынок ценных бумаг Орловской области должен претерпеть качественные изменения, а именно:

- будет сформирована инфраструктура рынка;
- в результате расширения рынка муниципальных заимствований администрации городов Орловской области могут эффективно решать собственные социально-экономические проблемы;
- большинство региональных компаний получают доступ к рынку капиталов и смогут реализовать ряд инвестиционных проектов;
- в регионе существенно расширится ассортимент инструментов фондового рынка и услуг, предоставляемых профессиональными участниками рынка;

- качественно изменится ценовая политика при проведении сделок с ценными бумагами, усилится роль институтов коллективных инвестиций.

Трансформация фондового рынка Орловской области и вовлечение населения в инвестиционный процесс будет способствовать росту емкости и устойчивости финансового рынка, повышению его капитализации и роли в социально-экономическом развитии региона.

В целом, повышение эффективности регионального рынка ценных бумаг в ходе реализации всех вышеназванных мер будет залогом успешного функционирования экономики региона, повышения инвестиционной активности, важнейшим условием роста производства.

Список литературы:

1. Социологическое исследование инвестиционной культуры населения РФ: расширение инвестиционной базы требует роста финансовой грамотности // Internet resource: <http://www.micex.ru>.

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВЫХ ПРОЦЕССОВ В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

© Волков С.К.*

Волгоградский государственный технический университет,
г. Волгоград

В наши дни маркетинг играет огромную роль в жизни любой организации и фирмы. Маркетинговые процессы позволяют наиболее глубоко и всесторонне изучить потребности рынка, тем самым, снизив вероятность возникновения риска. Маркетинг в туризме позволяет туристским предприятиям наиболее четко определять потребности и возможности потенциальных клиентов (туристов).

На современном этапе развития общества в целом и мировой экономике в частности роль маркетинга выходит на ведущие позиции. В условиях функционирования рыночной экономики невозможно обходиться без знания основ маркетинга. В сегодняшнем сложном мире мы все должны разбираться в маркетинге. Это явление окружает нас в повседневной, обывательской жизни и хотим мы этого или нет, мы все в той или иной степени

* Аспирант кафедры Мировой экономики и экономической теории

вовлечены в процесс маркетинга. Осуществляя покупки в магазинах, приобретая туристическую путевку или беря машину на прокат, мы становимся участниками сложного экономического процесса под названием маркетинг.

Несмотря на свою молодость, маркетинг как научная дисциплина появился в 20-е годы XX века, маркетинг сегодня является основным и ключевым инструментом ведения хозяйствования для многих фирм. Следует констатировать, что в наши дни маркетинг – это уже не просто научная дисциплина, это своего рода философия современного бизнеса и современного экономического мира. Суть маркетинга состоит в том, чтобы предоставить в нужное время и в нужном месте необходимый товар или услугу по необходимой (удовлетворяющей покупателя) цене.

Маркетинговые исследования активно применяются и проводятся в производственных и непроизводственных сферах народного хозяйства. Маркетинг широко применяется и в индустрии туризма и гостеприимства.

Туризм является динамично развивающейся отраслью мировой экономики. Высокие темпы развития, огромное социальное и экономическое влияние, которое оказывает индустрия туризма на функционирование региона, заставляет специалистов туризма активно внедрять и широко использовать маркетинг в современной индустрии туризма и гостеприимства.

Как и любое предприятие, туристские фирмы стремятся повысить свою прибыль путем увеличения продаж. В условиях современной рыночной экономики туристским фирмам приходится бороться за клиентов, в силу наличия на рынке огромного числа конкурирующих компаний. Маркетинг в этой борьбе (борьбе за клиентов) играет первостепенную роль.

Следует сказать, что маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства имеет ряд отличительных черт от маркетинга товаров. Особенности туристского маркетинга определяются в первую очередь особенностями туристских услуг. При всем разнообразии услуг все они имеют четыре общие характерные особенности [4, С. 57].

1. Неспособность к хранению. Непроданные места в отеле или на самолет не могут быть отложены на потом и реализованы в будущем. Таким образом, нереализованные единицы услуг – это убытки фирмы.

2. Неосвязаемость туристских услуг. Невозможно материально оценить туристские услуги: их нельзя потрогать, понюхать, попробовать на вкус и т.д. Турист имеет только обещание со стороны турагента относительно качества услуги. В связи с этим большое значение играет такой маркетинговый инструмент как реклама, причем реклама как вербальная, так и печатная (брошюры, каталоги, туристские путеводители и т.д.).

3. Неразрывность производства и потребления услуги. Покупка туристской услуги производится за недели, а порой и за месяцы до ее потребления. В этом случае, как и в предыдущем, большую роль играет реклама, которая может убедить потенциального клиента в необходимости приобретения той или иной услуги.

4. Изменчивость качества (непостоянство). Одна и та же туристская услуга может оказываться по-разному. Причиной тому может быть как человеческий фактор, так и факторы форс-мажорного характера.

По определению Х. Криппендорфа, «туристский маркетинг – это систематическое изменение и координация деятельности туристических предприятий, а также частной и государственной политики в области туризма. Цель таких изменений заключается в том, чтобы наиболее полно удовлетворять потребности определенных групп потребителей, учитывая при этом возможности получения соответствующих прибылей» [1, С. 28].

В современных условиях функционирования международного туристского рынка, туроператоры прежде, чем создать туристский продукт вынуждены выяснить нужды и потребности будущих потребителей. Прежде чем что-то произвести, необходимо выяснить, будет ли тот или иной товар (услуга) пользоваться спросом у покупателей. Таким образом, девиз современного маркетинга звучит следующим образом: производить то, что продается, а не продавать то, что производится. Однако это отнюдь не означает, что фирмам следует слепо удовлетворять все потребности потребителей, необходимо научиться подстраивать не только производство под потребителя, но и учиться управлять интересами покупателей.

Маркетинговые исследования, как в индустрии туризма, так и в других отраслях хозяйства принимают различные формы: от простого сбора информации до сложных математических моделей. Независимо от формы маркетингового исследования все они осуществляются по классической схеме, которую предложил «отец-основатель» маркетинга Ф. Котлер:

- выявление проблем и формулирование целей исследования;
- отбор источников информации;
- сбор информации;
- анализ собранной информации;
- представление полученных результатов [3, С. 87].

К этому следует добавить, что после выполнения всех вышеперечисленных этапов маркетингового исследования следует этап принятия решений, что является конечным пунктом всего этого процесса. Именно для принятий нужного и правильного решения проводятся все маркетинговые процессы.

Таким образом, «маркетинговые исследования представляют собой систематический сбор, обработку и анализ данных и позволяет уменьшить

неопределенность и минимизировать риск в процессе принятия маркетинговых решений» [4, С. 100].

Маркетинговые процессы в индустрии туризма и гостеприимства играют значительную роль, позволяя, прежде всего, выявлять и устранять существующие или потенциальные проблемы. Маркетинговые исследования в туризме позволяют выявить тенденции развития туристского рынка (сегмента рынка), что крайне необходимо туристским предприятиям для наиболее полного удовлетворения потребностей потребителей (туристов). Подобного рода исследования дают гарантию предприятиям, вовлеченным в индустрию туризма и гостеприимства, что созданный ими товар (туристский продукт) будет пользоваться спросом на рынке туристских услуг.

Помимо выявления тенденция развития уже существующих рынков, маркетинговые исследования могут способствовать открытию новых рынков или сегментов рынка, где туристский продукт будет иметь наибольший спрос, будет наиболее востребован покупателями.

Результаты, полученные в ходе исследования, широко используются туристскими фирмами в рекламных компаниях. Тем самым, маркетинговые исследования оказывают существенную помощь в стимулировании продаж.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что маркетинговые процессы играют первостепенную роль в жизни любой туристской фирмы и всей индустрии туризма и гостеприимства в целом. Без проведения подобного рода исследований невозможна и немыслима полноценная и эффективная политика туристских предприятий. Исследования, проводимые в туризме, помогают выявить и решить глубинные проблемы данной индустрии, что в свою очередь влияет на эффективность ведения бизнеса. Маркетинг позволяет гибко и своевременно реагировать на те структурные изменения, которые происходят на рынке и осуществлять адекватные меры по минимизации рискованных ситуаций. Важнейшей заслугой маркетингового комплекса в туризме является обеспечение максимально возможной бесперебойной работы туристского предприятия в условиях изменяющегося рынка туристских услуг.

Бесспорно, можно говорить о том, что туристский маркетинг является залогом успешного развития всей индустрии туризма и гостеприимства.

Список литературы:

1. Борсученко Э.И., Барановский А.И. Бизнес и зоны свободного предпринимательства. – К.: УкрИНТЭИ, 1993. – 36 с.
2. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. – М.: Новое знание, 2002. – 348 с.

3. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.

4. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. – СПб.: Питер, 2007. – 480 с.

5. Янкевич В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: Российский и международный опыт / Н.Л. Безрукова. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 416 с.

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ФАКУЛЬТЕТА «МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ» ГОУ ВПО «ХАБА- РОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКО- НОМИКИ И ПРАВА»

© Герасименко Н.М.*, Якименко Е.В.♦

Хабаровская государственная академия экономики и права,
г. Хабаровск

В статье рассматривается вопрос об источниках информации, из которых абитуриенты получают информацию о факультете и вопрос о их информационных предпочтениях, также разработаны рекомендации о выборе средств рекламы для повышения эффективности рекламной кампании факультета «Международные экономические отношения».

Одной из особенностей российского рынка образовательных услуг является всевозрастающая конкуренция учебных заведений за привлечение потенциальных студентов, причины этому:

1. появление многочисленных частных вузов;
2. открытие непрофильных специальностей, например, экономических в технических, гуманитарных вузах. Так, в Дальневосточном государственном университете путей сообщений г. Хабаровска институт экономики. Это вызвано сокращением спроса на технические специальности. Вузы вынуждены открывать те специальности, которые приносят доход, а именно экономические и гуманитарные;
3. в период 2005 - 2007 год количество абитуриентов ежегодно сокращалось примерно на 40 тыс. человек, что социологи объясняют демогра-

* Заведующая кафедрой Маркетинга и рекламы, канд. экон. наук, доцент

♦ Специальность «Маркетинг»

фическим кризисом в России, пришедшимся на конец 1980-х - начало 90-х годов [1].

Это привело к противоречиям между спросом и предложением на рынке образовательных услуг, между государственным и негосударственным образованием, между гуманитарными и техническими специальностями. Решить сложившиеся проблемы организации пытаются при помощи маркетинговых инструментов и в первую очередь для этого используют продвижение. Основные усилия в области продвижения приходится на дни работы приемных комиссий.

Рекламой сегодня занимаются не только вузы в целом, но и факультеты вузов. Так, в хабаровской государственной академии экономики и права факультеты предлагают одинаковые специальности, что обостряет конкуренцию уже внутри вуза за привлечение абитуриентов. Поэтому отдельные факультеты занимаются продвижением своих специальностей.

В 2007 году факультет «Международные экономические отношения» организовал рекламную кампанию для привлечения абитуриентов на специальности: Мировая экономика, Коммерция, Маркетинг, Реклама, Связи с общественностью. Поскольку факультет планирует и в дальнейшем проводить рекламные кампании, необходимо провести анализ эффективности данной рекламной кампании и разработать рекомендации по выбору наиболее подходящих средств рекламы. Для анализа эффективности рекламы проведено маркетинговое исследование, которое по цели, исследование является описательным.

В ходе работы приемной комиссии абитуриенты, подававшие заявления на факультет «Международные экономические отношения» отвечали на вопрос об источниках информации, из которых была получена информация о факультете. На вопрос ответили 76 человек, что составило 6 % от подавших заявления. Этого достаточно для получения достоверных данных.

В ходе анализа полученных результатов были сделаны следующие выводы. Самым значимым для абитуриентов источником информации (рис. 1), при принятии решения о выборе специальности, стали советы друзей и родственников (63 %), а также родителей (28 %), это объясняется тем, что абитуриенты серьезно подходят к вопросу о своей будущей специальности. А поскольку человек реализуется во взаимодействии с другими людьми, которые оказывают значительное влияние на поведение человека, при помощи стандартов и ценностей, которые являются отправной точкой для мыслей и поступков людей, то мнение близких в вопросе выбора специальности для абитуриента очень важно.

Второй по значимости для выбора специальности источник информации – день открытых дверей академии (37 %). На данном мероприятии происходит непосредственный контакт абитуриента и сотрудников ака-

демии, разъясняется содержание, преимущества разных специальностей, что позволяет делать выбор в пользу определенного факультета и специальности.

Далее следуют – листовки, размещенные в школе (32 %). В связи с тем, что вопрос о поступлении является актуальным для выпускников школ, следовательно, любая информация, касающаяся этого вопроса, размещенная в школе, привлекает внимание и заставляет задуматься о своем выборе. В листовках распространяется информация о довузовской подготовке, которая проводится на кафедрах «Хабаровской государственной академии экономики и права». По статистике 30 % абитуриентов от поступивших в вуз, прошли обучение на курсах юного специалиста.

Сейчас Интернет активно используется школьниками, многие в графе другое (22 %) указали именно этот источник информации, из которого была получена информация о факультете, а также был указан специализированный журнал «Абитуриент-2007», его популярность среди выпускников школ очевидна в связи с его спецификой.

Далее по значимости источником информации о специальностях факультета явился день открытых дверей факультета (13 %), что позволяет делать выводы о положительном влиянии этого мероприятия на эффективность рекламной кампании факультета.

Наименее значимыми при выборе специальности оказались средства массовой информации. Так, рекламу в газете «ТОЗ» отметили 9 %, в бегущей строке на телевидении 7 %, рекламу на «Авторadio» 5 % и рекламу в газете «Из рук в руки» 2 %.

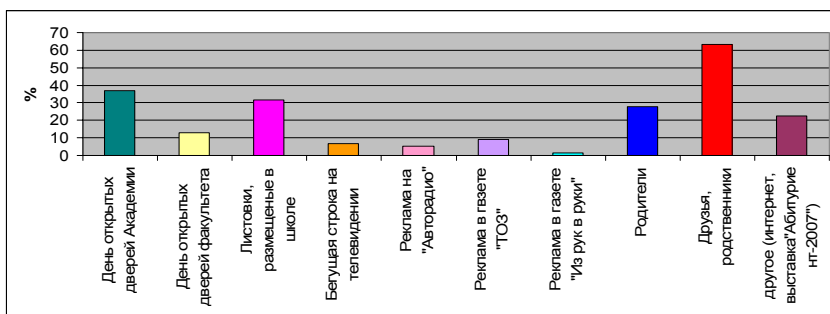


Рис. 1. Источники информации, из которых была получена информация о факультете

Таким образом, анализ источников показал, что некоммерческие источники информации являются наиболее значимыми для абитуриентов при выборе специальности, а коммерческие располагаются на последних местах.

Факультет «Международные Экономические Отношения» давал рекламу на «Авторadio», в газеты: «Комсомольская правда», «Работа сегодня», «Аргументы и факты» и «Тихоокеанская Звезда». Как видно из анализа источников, из которых абитуриенты получили информацию о факультете, выбор средств рекламы слабо связан с информационными предпочтениями абитуриентов. В ходе опросов было также выяснено, какие средства массовой информации, используются в качестве источников информации ими.

Наиболее популярным печатным изданием (рис. 3), которым респонденты пользуются для получения информации является газета «Аргументы и факты» (41 %), на втором месте газете «ТОЗ» (21 %) и немного отстает газета «Московский комсомолец» (18 %), такое распределение объясняется родом занятий и социальным статусом родителей абитуриента, так как в семьях еженедельную информационную прессу приобретают именно они.

Лидером среди абитуриентов в радиовещании является «Европа плюс» (61 %), так как она направлена на более молодую аудиторию именно в которую и попадают абитуриенты (рис. 2). Эти данные заставляют задуматься о необходимости корректировки рекламной кампании факультета, с целью повышения ее эффективности.

В целом следует отметить, что одновременно используются печатные издания «ТОЗ», «Аргументы и факты» и радиостанция «Европа плюс». Следовательно, необходимо выбрать одно из них, в целях экономии денежных средств.

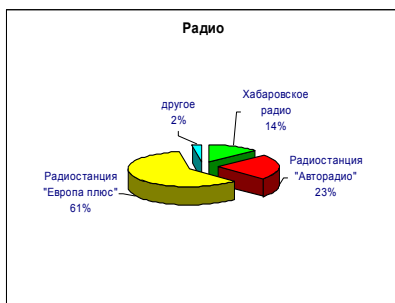


Рис. 2. Распределение радиостанции по популярности, среди абитуриентов

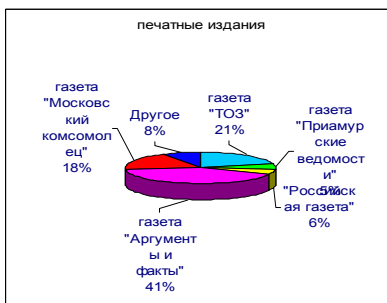


Рис. 3. Распределение печатных изданий по популярности, среди абитуриентов

В связи с вышесказанным рекомендации, которые можно дать по изменению рекламной кампании факультета, выглядят следующим образом:

- Пустить рекламный ролик о наборе абитуриентов не на «Автордио», а на радиостанции «Европа плюс», так как она нацелена на молодую аудиторию, в которую входят наши абитуриенты.
- Отдать предпочтение газете «Московский комсомолец», вместо газеты «Комсомольская правда».
- Исключить из списка печатных изданий, в которых содержится рекламное сообщение факультета «МЭО», газету «Работа сегодня».
- Обратить внимание на место расположения рекламного сообщения на странице или развороте газет.
- Уделить внимание рекламе дня открытых дверей факультета, помимо печатных изданий добавить рекламу на радиостанции «Европа плюс».
- Размещать листовки с рекламной информацией для абитуриентов в школах в начале учебного года.
- Обратить внимание на развивающуюся каждый день сеть Интернет.

Список литературы:

1. www.nius.ru.

МИНИМИЗАЦИЯ РИСКОВ ПРИ УДОВЛЕТВОРЕНИИ ТРЕБОВАНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К КАЧЕСТВУ ПРОДУКЦИИ

© Полосков П.С.^{*}, Полосков С.С.[♦]

Московский физико-технический институт (ГУ), г. Долгопрудный

Рассмотрены вопросы минимизации рисков при удовлетворении требований потребителей к качеству продукции или оказываемым услугам. Предложено минимизировать риски в рамках отдельного бизнес-процесса с эффективной системой их мониторинга и контроля.

Одной из актуальных социально-экономических задач, решение которой определяет эффективность работы предприятия в конкурентной среде, является удовлетворение разумных требований потребителей к качеству продукции или оказываемым услугам. Поскольку предприятие – открытая система, то необходимо учитывать влияние внешнего мира [1] на

^{*} Аспирант кафедры «Системная интеграция и менеджмент»

[♦] Студент факультета «Инновации и высокие технологии»

его деятельность. Одновременно эффективность его работы зависит и от его внутренней среды. К числу факторов внешней среды следует отнести: экономические, социальные, политические и экологические процессы, к элементам внутренней среды – его деятельность по производству продукции или оказанию услуг, финансовые и коммерческие результаты.

Неблагоприятное воздействие факторов внешней и внутренней среды предприятия определяют риск удовлетворения требований потребителей не в полном объеме. На этот риск, как правило, накладываются другие риски, обусловленные устойчивостью технологических процессов к возмущениям, надежностью оборудования, квалификацией персонала, условиями поставки сырья, обеспечения тепловой и электрической энергией, бесперебойностью транспортных и информационных потоков, экологической обстановкой. Вместе с тем многие из перечисленных рисков не учитываются вообще или выявляются только на стадии реализации готовой продукции, когда они превращаются в проблему.

Цель работы – рассмотрение направлений минимизации рисков при удовлетворении требований потребителей к качеству продукции.

Для эффективного управления качеством продукции помимо разработки процедур и форм, составляющих ее информационную сущность, необходимо обеспечение ее корректного получения, использования и анализа, а так же оперативное использование поступающих данных для соответствующих корректирующих действий.

Эффективно требования к качеству продукции удовлетворяются при процессном подходе [2].

Существующие проблемы зачастую требует принятия важных управленческих решений по следующим основным направлениям:

- управление финансовыми ресурсами;
- повышение оперативности расчетов с партнерами;
- управление товарными потоками;
- повышение качества работы и производительности труда;
- оценка рентабельности выпускаемой продукции;
- многокритериальная оценка ресурсов;
- текущее и стратегическое планирование бизнеса.

Как правило, управленческие решения принимаются в условиях риска, что обусловлено плохо прогнозируемыми воздействиями внешней среды предприятия [3] и его собственных возможностей. В обобщенное понятие риска входят не только наличие фактора риска, но и осознание его с принятием решения о минимизации неблагоприятных последствий на основе количественного и качественного анализа, в том числе адекватной оценки собственного финансового положения, надежности и финансовой устойчивости основных партнеров по бизнесу, а также учета элементов случай-

ности и неопределенности. Поэтому вопросам минимизации вероятности возникновения рисков уделяется исключительное внимание.

Известно [4], что рисками необходимо управлять с помощью предварительного исследования и анализа ситуации, формирования системы современных воздействий через различные мероприятия, направленные на снижение вероятности наступления риска, устранение риска или снижение цены риска (в ситуации реализованного риска). Выработка управленческих решений в этом случае должна осуществляться в следующей последовательности, рис. 1.

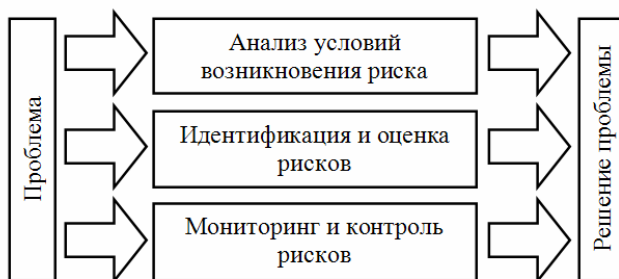


Рис. 1. Алгоритм выработки управленческих решений в условиях риска

Выполненный ранее анализ [5] рисков показал, что главными направлениями их минимизации при принятии управленческих решений следует считать:

- планирование методов управления рисками с внедрением принципов их оценки и учета;
- идентификация рисков с их качественной и количественной оценкой;
- планирование действий по реагированию на возникающие риски;
- применение IT-технологий для снижения отрицательных последствий рисков;
- разработка мероприятий по минимизации рисков и исключению повторного возникновения выявленных рисков;
- мониторинг и контроль для определения остаточных рисков и своевременного выявления новых рисков.

Такая многоплановость задач затрудняет анализ бизнес-процессов. Поэтому идентификацию и оценку рисков для принятия эффективных решений целесообразно проводить в рамках определенной системы, рис. 2.

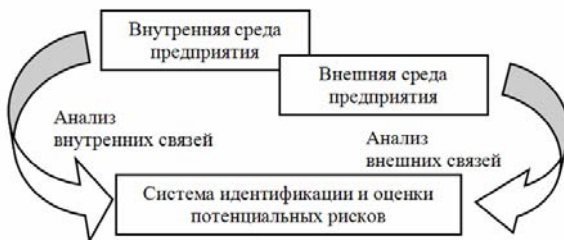


Рис. 2. Система идентификации и оценки потенциальных рисков

Оценка рисков базируется на соотношениях «эффективность – риск» и «ликвидность – риск», поэтому принимаемые решения должны соответствовать этим критериям. Для обеспечения такого соответствия традиционно используются различные математические методы поддержки принятия решений. Автор работы [6] полагает, что «... успеха в ближайшие десятилетия добьются только те компании, которые сумеют реорганизовать свою работу с помощью электронного инструментария ...». Такой инструментарий должен оказывать существенную помощь в первую очередь при принятии управленческих решений. Это позволит на практике еще шире использовать IT-технологии при подготовке решений, определения стратегии минимизации последствий рисков и выработки рациональных приемов работы с ними [7]. В этой связи создаются системы поддержки решений различных типов и уровней сложности, позволяющие не только обрабатывать массивы исходной информации, но и предлагать альтернативные варианты решений. Поэтому независимо от назначения все системы должны обеспечивать реализацию процедур, согласно рис. 3.

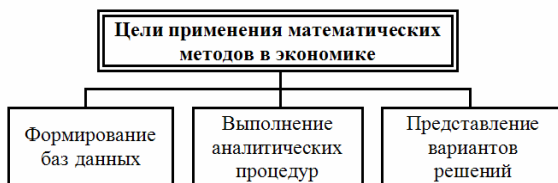


Рис. 3. Цели применения математических методов в экономике

Многообразие проблем, возникающих при осуществлении деятельности предприятия, порождает необходимость декомпозировать пространство производственной среды на характерные срезы с выделением источников потенциальных рисков [8] и разработать отдельный бизнес-процесс по описанию и оценке рисков компании, эффективной системы мониторинга рисков и своевременного выявления новых рисков. Формирование и со-

провожение баз данных при нынешнем уровне развития вычислительных технологий не представляет значительных трудностей. Основная проблема при выполнении аналитических процедур по обработке баз данных связана с обязательным наличием группы так называемых «нестандартных» данных – это и нетипичные политические вызовы, и локальные кризисы – «обвалы» различных секторов рынка, и сделки, проведенные с некорректными результатами, и, наконец, просто ошибки ввода данных. Для таких случаев применение интеллектуального инструментария позволяет предлагать варианты рекомендуемого решения с учетом нетипичных данных самого широкого круга разнообразных проблем, либо указывать на некорректные процедуры обработки данных.

Использование современных методов поддержки решений с учетом потенциальных рисков по удовлетворению требований потребителей к качеству продукции и услуг должно обеспечивать:

- контроль над рисками за счет разработки отдельного бизнес-процесса по идентификации и оценке рисков с эффективной системой их мониторинга и своевременного выявления;
- внедрение принципов учета рисков при принятии управленческих решений на основе четких процедур их выявления и оценки;
- анализ возможных последствий рисков на ключевые показатели производственно-хозяйственной деятельности;
- прогнозируемость рисков и страхование от возможных убытков;
- минимизацию рисков и возможных потерь;
- эффективный баланс между стремлением зарабатывать прибыль и стремлением сделать это с минимальными потерями, по критерию обеспечения оптимального сочетания доходности и риска.

Выводы

1. Только совместный анализ качественных и количественных параметров возможных рисков позволяет оценить весь спектр последствий, влияющих на удовлетворение требований потребителей к качеству продукции или оказываемым услугам. Процесс принятия решений в этом случае должен осуществляться в следующей последовательности: выявление несоответствия, выработка и принятие решения, реализация решения, контроль исполнения.

2. Минимизацию вероятности возникновения рисков целесообразно обеспечивать в рамках отдельного бизнес-процесса с эффективной системой их идентификации и оценки.

3. Алгоритм идентификации и оценки рисков должен обеспечивать мониторинг установленных и своевременное выявление новых рисков.

Список литературы:

1. Полосков П.С., Полосков С.С. Влияние экономических и общественно-политических процессов на выработку управленческих решений // Экономика, экология и общество России в 21-м столетии. – СПб: СПбГПУ, 2007. – Ч. I. – С. 258-260.
2. Полосков С.С., Полосков П.С. Системный анализ при выработке управленческих решений // Системный анализ в проектировании и управлении. – СПб: СПбГПУ, 2007. – Ч. I. – С. 62-65.
3. Лирманн Ф., Лаукс Г. Основы организации. Управление принятием решений: [пер. с нем.] – М.: Дело и сервис, 2006. – 600 с. – ISBN 5-8018-0285-1.
4. Лапченко Д.А. Оценка и управление экономическим риском: Теория и практика. – М.: Амалфея, 2007. – 148 с. – ISBN 978-985-441-566-6.
5. Полосков П.С. Концептуальный подход к оценке производственно-хозяйственных рисков в моделях бизнес-процессов // Актуальные проблемы управления – 2006. – М.: ГУУ, 2006. – Ч. IV. – С. 92-96.
6. Гейтц Б. Бизнес со скоростью мысли / Билл Гейтц при участии К. Хемингуэя: [пер. с англ.] – Изд. 2-е перераб. – М.: Эксмо, 2007. – 477 с. – ISBN 5-699-16169-0.
7. Цисарь И.Ф., Нейман В.Г. Компьютерное моделирование экономики. – Изд. 2-е перераб. – М.: Диалог-МИФИ, 2008. – 384 с. – ISBN 978-5-86404-219-9.
8. Полосков П.С. Пространство производственной среды для моделирования бизнес-процессов // Информационно-вычислительные технологии и их приложения. – Пенза: ПГСХА, 2006. – С. 185-188.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕТОДОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА РАЗЛИЧНЫХ ТИПАХ РЫНКА

© Тюкавкин Н.М.*, Цаплина Н.А.♦

Самарский государственный университет, г. Самара

В статье рассмотрены способы определения эффективности основных методов продвижения товаров, выделяется одна из матричных методик. Отмечены проблемы и типичные ошибки, связанные с разработкой комплекса мероприятий по продвижению в соответствии с типом рынка.

* Доцент, канд. экон. наук, доцент

♦ Ассистент кафедры Менеджмента, аспирант

Комплекс продвижения представляет собой специфическое сочетание средств рекламы, личной продажи, стимулирования сбыта и связей с общественностью. Все эти инструменты компании используют для достижения рекламы и маркетинговых целей. Выбор подходящих методов продвижения, соответствующих определенной группе товаров зачастую является решающим в системе коммуникации. На практике большинство организаций использует более одного средства и старается разработать оптимальный коммуникативный комплекс. В данном вопросе поможет определение эффективности использования методов продвижения.

Необходимо регулярно оценивать как коммуникативную эффективность, так и коммерческую эффективность рекламной кампании. Измерение коммуникативной эффективности – или апробация текста – показывает эффективность воздействия рекламы на потребителя. Это исследование может происходить до или после публикации рекламы в печати или трансляции по телевидению. Существуют методы предварительной проверки рекламы (прямая оценка, портфельная проверка, лабораторная проверка), методы проверки рекламы после ее выхода (проверка на запоминание, проверка на распознавание).

Оценка результатов программы стимулирования сбыта очень важна. Однако многие компании не в состоянии оценить результаты своих программ, а некоторые оценивают их очень приблизительно. Самый распространенный метод – это сравнить уровень продаж перед началом программы, во время ее действия и после ее окончания. Исследования потребителей также должны показывать, кто отреагировал на программу по стимулированию и что они делали после ее завершения. Программы по стимулированию сбыта можно также оценивать с помощью экспериментов, изменяя такие параметры, как размер стимула, продолжительность и метод распределения.

Результаты кампании по организации общественного мнения тяжело измерить, поскольку связи с общественностью используются в сочетании с другими средствами, и их влияние зачастую носит косвенный характер. Самый легкий способ оценки – подсчитать, сколько раз история появлялась в средствах массовой информации. Но такая оценка не показывает, ни сколько людей прочли или услышали сообщение, ни какое впечатление у них осталось. Лучше оценивать результаты кампании по связям с общественностью по тому, как она изменила представление, знание и отношение потребителей к товару. Для этого требуется измерить уровни этих параметров до и после кампании. В конечном итоге самым лучшим способом измерить эффект от работы службы по связям с общественностью является измерение уровня продаж и прибыли.

Сведения об эффективности личных продаж руководство компании может получить из нескольких источников. Наиболее важным из них яв-

ляется торговый отчет. Дополнительную информацию можно получить из личных наблюдений, писем клиентов и их жалоб, из проведения исследований клиентов и бесед с другими торговыми агентами. Используя предоставленные отчеты, а также всю необходимую дополнительную информацию, руководство компании проводит индивидуальную формальную оценку деятельности торговых агентов (сравнение результатов деятельности отдельных торговых агентов, сравнение текущих и прошлых объемов продаж, качественная оценка результатов деятельности торговых агентов). Формальная оценка полезна по следующим соображениям: руководством компании должны быть разработаны и доведены до каждого торгового агента четкие стандарты оценки их деятельности; руководство компании должно получить объективную, всестороннюю и взвешенную информацию о каждом торговом агенте; торговые представители получают конструктивную обратную связь, которая впоследствии помогает им улучшить собственную работу; такая оценка заставляет торговых агентов серьезнее относиться к выполнению своих обязанностей [4, С. 812-815].

Просчитать количественно общую эффективность от всех методов продвижения товаров очень сложно. Общепринятыми являются следующие два параметра, по которым может быть оценена эффективность рекламы:

1. Отношение суммы затрат на рекламу к приросту товарооборота.

$$T_{\text{д}} = \frac{T_{\text{с}} \times \Pi \times \text{Д}}{100}, \quad (1)$$

где $T_{\text{д}}$ – дополнительный товарооборот под воздействием рекламы;

$T_{\text{с}}$ – среднедневной товарооборот до рекламного периода;

Π – прирост среднедневного товарооборота за рекламный и послерекламный периоды, %;

Д – количество дней учета товарооборота в рекламном и послерекламном периодах [5, С. 436].

2. Отношение суммы затрат на рекламу к объему чистой прибыли.

Рентабельность рекламы – это отношение полученной прибыли к затратам. Она определяется по формуле (2):

$$P = \frac{\Pi \times 100}{U}, \quad (2)$$

где P – рентабельность рекламирования товара, %;

Π – прибыль, полученная от рекламирования товара, руб.;

U – затраты на рекламу данного товара, руб. [5, С. 436-438].

Расчет экономической эффективности рекламы методом целевых альтернатив определяется путем сопоставления планируемых и фактических показателей, оцениваемых как результат вложения средств в рекламную кампанию:

$$K = \frac{П_{\phi}}{П_{\phi}} \times 100\%, \quad (3)$$

где К – уровень достижения планируемого уровня прибыли, %;

Пф – фактический объем прибыли за период действия рекламы, руб.;

По – планируемый объем прибыли за период действия рекламы, руб.

Существуют матричные методы определения эффективности воздействия на потребителей отдельных элементов, составляющих комплекс продвижения товаров. Заслуживает внимания методика, предложенная Е.В. Поповым и А.В. Арланцевым, в которой используются результаты анкетирования экспертов методом стандартизированного письменного опроса. В качестве рассматриваемых рынков были выбраны следующие:

1. Рынки потребительских товаров массового спроса кратковременного использования (быстрооборачиваемых товаров).
2. Рынки потребительских товаров массового спроса длительного использования (товаров длительного использования).
3. Рынки престижных (эксклюзивных) потребительских товаров.
4. Рынки товаров производственного назначения.

Выяснилось, что эффективность рекламы и стимулирования сбыта устойчиво и значительно снижается, а эффективность персональных продаж – значительно возрастает с уменьшением количества конечных покупателей на рынке и увеличением периода оборачиваемости товара. Эффективность формирования общественного мнения – наиболее стабильная величина на рассматриваемых рынках. Формирование общественного мнения не теряет своего значения ни на одном из рынков в отличие от других средств продвижения, которые, будучи высокоэффективными на одних рынках, теряют свое значение на других.

На рынках быстрооборачиваемых товаров средства рекламы и стимулирование сбыта значительно более эффективны, чем другие средства маркетинговой коммуникации; на рынках товаров производственного назначения персональные продажи более эффективны, чем остальные средства. На рынках престижных товаров ни один элемент комплекса маркетинговых коммуникаций не обладает высокой эффективностью (80 % и более) [1, С. 81-95]. Далее, на основе количественных оценок возможно

составление матрицы, состоящей из коэффициентов, отражающих отношение эффективности воздействия на потребителей средства коммуникации к бюджету, выделяемому на это средство.

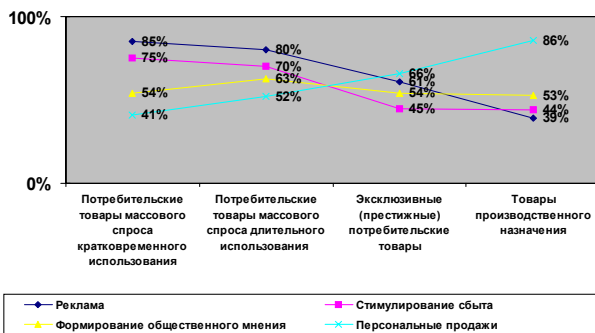


Рис. 1. Эффективность воздействия на потребителей элементов комплекса продвижения на различных типах рынков

Выявляются наиболее типичные ошибки при разработке комплекса продвижения. Эксперты стереотипно отдают предпочтение рекламе, тем самым несколько умаляя значение остальных элементов комплекса, в особенности персональных продаж. Наблюдается заметная недооценка средств стимулирования сбыта. Значимость формирования общественного мнения хотя и наиболее выражена на рынках престижных товаров, но не является высокой сравнительно с остальными средствами. Подтверждается распространенное в настоящее время мнение о снижении эффективности традиционных (в своих областях применения) средств продвижения. Риск, связанный с более широким внедрением оцениваемых как эффективные, но менее традиционных средств, а также сложности, сопутствующие интеграции большего количества средств продвижения, являются теми факторами, которые определяют непропорциональное эффективное распределение бюджетных средств.

Список литературы:

1. Арланцев А.В., Попов Е.В. Матрица «эффективности – издержки» продвижения товаров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – № 6. – С. 81-95.
2. Воронкова О.В., Щеглов И.Т. Методы определения экономической и психологической эффективности продвижения товаров // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. – 2003. – № 1. – С. 141-143.

3. Киселева П.А. Выбор наиболее продуктивных средств продвижения в условиях ограниченного бюджета // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2003. – № 5. – С. 49-61.

4. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. 2-е Европ. изд. – М., СПб., К.: Вильямс, 2000. – 943 с.

5. Федько В.П., Федько Н.Г. Основы маркетинга. – Ростов-н/Д: Феникс, 2002. – 482 с.

Секция 6

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

© Белоконская Е.Г.*

Ивановский государственный химико-технологический
университет, г. Иваново

Динамичное развитие современной экономики во все большей степени зависит от способности внедрять и осваивать передовые технологии, новые рынки, генерировать знания и человеческий капитал. Особенно это актуально для России, где без инноваций невозможен мощный экономический подъем. В статье рассматриваются некоторые проблемы инновационного развития России, в том числе взаимодействие науки и бизнеса.

Инновационность как характеристика экономического развития сегодня все чаще называется стратегическим признаком, определяющим место России в мировом пространстве XXI в. Мировая экономическая система развивается в быстро изменяющейся среде, отличающейся высокой динамичностью. Лидеры мировой системы постоянно ищут новые стратегии сохранения своего лидерства. Таковыми сегодня со всей очевидностью становятся стратегии инновационного развития на основе быстрого использования новых знаний и научных достижений в производственных и управленческих технологиях.

Инновационная модель развития уже стала совершившимся фактом для многих развитых стран – США, Японии, Западной Европы – бесспорных лидеров мирового технологического прогресса, обладающих высокой технологической культурой и монополизировавших основные «прорывные» технологии последних десятилетий и вступивших в этап постиндустриального развития, занявших прочные позиции на мировых рынках наукоемкой продукции и услуг.

В этих условиях сохранение места хотя бы в десятке лидирующих стран мира для России возможно только при условии сохранения человеческого капитала и научно-технического потенциала, выхода на высокие темпы развития, причем развития не только количественного, но, прежде всего, качественного. Под последним следует понимать способность общества создавать и производить необходимые перемены во всех областях жизни, умение жить в условиях непрерывного хода таких перемен.

Однако в Российской Федерации масштабы инновационного предпринимательства несравнимо малы. По официальным данным, доля промыш-

* Старший преподаватель кафедры Экономики и финансов

ленных предприятий, осуществляющих разработку и внедрение технологических новаций, не превышает 10 %, а доля инновационной продукции в общем объеме продукции промышленного производства составляет всего 5,5 %, внутренние затраты на внедрение и разработку составляют около 1 % от ВВП [1]. В абсолютных показателях наша страна тратит на НИОКР меньше, чем Испания, Тайвань, Бельгия и Израиль. Российские затраты на НИОКР примерно равны расходам на эти цели компании «Фольксваген» и немногим более половины аналогичных затрат компании «Форд» [4, С. 54].

Динамика малых предприятий, зарегистрированных в отрасли «Наука и научное обслуживание», устойчиво негативная. Если в 1998 г. из 868 тыс. малых предприятий на эту категорию приходилось почти 50 тыс., то к 2000 г. их количество едва превышало 30 тыс. из 879, 3 тыс. малых предприятий, а в 2004 г. численность предприятий научной отрасли находилась на уровне 20,7 тыс. из 953, 1 тыс. предприятий малого бизнеса России [2]. В 2005 г. общее количество малых предприятий составило 979,3 тыс. Характерно, что статистический сборник «Малое предпринимательство в России. 2006 г.» такой вид экономической деятельности, как «Наука и научное обслуживание» вообще не содержит [3].

Таким образом, в Российской Федерации инновационная активность остается на низком уровне. Состояние этой сферы экономики является примером упускаемых страной возможностей, ибо достижение экономического роста, обеспечение национальной безопасности и конкурентоспособности государства в долгосрочной перспективе невозможно без развития инновационного бизнеса. Однако понимание необходимости в проведении глубоких реформ в области инновационной политики государства находится в серьезном противоречии с теми факторами, которые негативно влияют на состояние и перспективы функционирования российских инновационных компаний.

Среди основных проблем можно назвать следующие. Наука не ориентирована на потребности бизнеса; бизнес не предъявляет широкий спрос на отечественные научно-исследовательские разработки. В России наблюдается серьезная зависимость экономики от экспорта сырьевых ресурсов. Действительно, по мнению экспертов, сегодня в России значительно легче привлечь 10 млн. долл. в уже запущенный проект в области потребительского рынка или недвижимости, чем 0,1 – 1,5 млн. долл. в инновационную компанию на этапе старта (start-up). Это объясняется тем, что в настоящее время основные приоритетные сферы роста российской экономики – сырьевой и потребительский секторы, недвижимость и торговля. Согласно имеющимся оценкам, 40 % инвестиций в России приходится на естественные монополии и еще около ¼ – на хорошо поделенные сектора экономики (нефтегазовый и жилищное строительство) [4].

Кроме того, существует проблема трансфера технологий, т.е. процесса поиска и приобретения подходящей для конкретного бизнеса технологии. Основные причины низкой эффективности трансфера технологий состоят в следующем:

- ученые-разработчики, как правило, не знают рынка и зачастую не представляют, как полученные ими результаты могут быть трансформированы в рыночный продукт;
- менеджеры компаний практически не знакомы с уровнем современной науки и важнейшими направлениями ее деятельности, прорывными достижениями. Они не всегда могут судить о достоверности научных результатов, предлагаемых для реализации, и их технологической эффективности;
- государство, призванное устанавливать правила трансфера технологий, слабо представляет себе условия проведения исследований и разработки технологий, возможные последствия внедрения законодательных положений для производства знания и его коммерциализации.

Таким образом, для стимулирования инновационной переориентации экономики и инвестиционных потоков необходимо связать фундаментальную науку и прикладные исследования, полезные экономике страны, определить формы взаимодействия науки и производства, сформировать эффективный механизм инвестирования средств в сектор инновационных разработок. Причем определенная регулирующая и поддерживающая роль государства здесь очевидна.

В апреле 2008 г. в подмосковной Дубне состоялось заседание Госсовета (с участием Д. Медведева) по развитию инновационной системы и внедрению в экономику наукоемких технологий. Дубнинский институт ядерных исследований – мировой лидер в области синтеза тяжелых и сверхтяжелых ядер. Здесь же происходят многообещающие открытия в области нанотехнологий (например, исследования по изменению молекулярного состояния вещества).

Очевидно, что полезные инновации есть, причем не в теоретических разработках, а в действующих приборах. Однако реализовать их, внедрить не всегда получается. Кроме того, в Дубне есть около 55 разработок, связывающих научные достижения с экономикой, но бизнес заинтересовался пока только пятью из них. Причины: высокий риск и сравнительно долгий срок выхода проекта на прибыльность. Поэтому наукоемкое производство должно стать одним из направлений взаимодействия государства и бизнеса, чтобы вкладывать в высокие технологии стало выгодно [5].

Политический статус современных государств определяется в большей мере конкурентоспособностью наукоемкой продукции, чем их военной мощью. Информационные технологии играют все более важную роль в

повышении конкурентоспособности национальных экономик. Поэтому вопросы разработки достаточно обоснованных программ развития инновационной деятельности становятся приоритетной задачей государственного управления.

Сегодня, несмотря на формальные признаки стабилизации в стране, государство очень скупо финансирует исследования и разработки. Большая часть доходов от продажи нефти и газа не расходуется, а накапливается на случай ухудшения внешнеэкономической конъюнктуры. Возможно, гораздо целесообразнее вложить имеющиеся сбережения в проекты внутри страны, которые бы позволили уменьшить зависимость России от цен на энергоносители, диверсифицировать экспорт и экономику в целом. Эти же средства могут стать источником оживления научно-технического потенциала страны. Для этого необходимо разработать и реализовать комплексную программу научно-технического развития страны, как это было в СССР, но теперь уже в рыночных условиях взаимодействия государственного и частного бизнеса. Одним из ключевых направлений взаимодействия государства и бизнеса должно стать наукоемкое производство, включая такие приоритетные направления, как нано- и биотехнологии, энергосбережение, экология, новейшие информационные системы и др.

Биотехнологии, нанотехнологии и сложное приборостроение отличаются значительно большими затратами на производственное оборудование и долгим временем разработки продуктов. Здесь разработки и начало производства занимает в среднем 5-7 лет. Если же продукт связан с медициной и здравоохранением, то его постановка в производство сопряжена с долгими и дорогостоящими клиническими испытаниями, срок возрастает до 8-10 лет и более. В силу необходимости очень больших объемов инвестиций и долгового выхода на окупаемость, в российские биотехнологии, нанотехнологии и приборостроение поступает значительно меньший объем инвестиций, чем, например, в информационные технологии. Между тем определенный успех есть и в этих отраслях.

Компания «Нейрософт» – один из лидеров на рынке российского диагностического электрофизиологического оборудования. Фирма создана в 1992 году преподавателями и научными сотрудниками двух ивановских вузов – медицинского и энергетического. Приборы «Нейрософт» востребованы во всем мире и работают более чем в сорока странах. Доля экспорта в 2005 г. превысила 25 %. Все производимое предприятием оборудование – результат собственных разработок. С 1992 года конструкторы и инженеры-электронщики создали 47 моделей различных медицинских приборов. Все программное обеспечение для выпускаемых приборов является продуктом творческой мысли высококвалифицированных программистов компании.

Например, по заданию Центра подготовки космонавтов им. Ю.А. Гагарина с 2000 по 2002 год компания создала и внедрила в практику подготовки кандидатов в космонавты систему передачи физиологической информации по радиоканалу. За плодотворное сотрудничество в интересах российской и международной космонавтики компания «Нейрософт» в 2002 году была награждена почетным дипломом имени Ю.А. Гагарина.

Ежегодно с использованием разработанной компанией «Нейрософт» системы передачи физиологической информации проходит специальная парашютная подготовка кандидатов в космонавты и проводятся тренировки на выживание в различных климатогеографических зонах в случае аварийной посадки.

В настоящее время в Центре подготовки космонавтов работают также вегетотестеры *ВНС-Микро*, электрокардиографы *Поли-Спектр-12*, реограф *Рео-Спектр-3*, комплекс для психофизиологического тестирования *НС-ПсихоТест*, электроэнцефалограф *Нейрон-Спектр-2* с системой видеонаблюдения *Нейрон-Спектр-Видео*. Это оборудование использовалось, в частности, при подготовке экипажей «МКС-3», «МКС-5», «МКС-7» и «МКС-8» Международной космической станции.

Все, начиная от разработки продукции и заканчивая ее производством, реализацией, гарантийным и послегарантийным обслуживанием, выполняется силами сотрудников компании. Предлагаемое компанией оборудование с 1998 года создается на собственной производственной базе. Это позволяет оперативно решать вопросы, связанные с модернизацией и совершенствованием приборов.

Список литературы:

1. Из выступления Д. А. Медведева на заседании президиума Госсовета, посвященного высоким технологиям – <http://www.1tv.ru> (18.04.2008).
2. Малое предпринимательство в России. 2005: Стат. Сб./Росстат. – М., 2005.
3. Малое предпринимательство в России. 2006: Стат. Сб./Росстат. – М., 2006.
4. Нарышкин, С. «Инновационная составляющая инвестиционных процессов» // «Вопросы экономики» – 2007 – №5 – С. 52-64.
5. http://www.1tv.ru/owa/win/ort6_main.

К ВОПРОСУ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

© Вайсман Е.Д.^{*}, Галкина Л.А.[♦]

Южно-Уральский государственный университет,
Уральский социально-экономический институт Академии труда
и социальных отношений, г. Челябинск

В статье рассмотрена проблема перехода российских предприятий на путь инновационного развития как важнейшее условие повышения их конкурентоспособности и экономического роста российской экономики в целом. Показано, что основной причиной низкой инновационной активности российских предприятий в современных условиях является не столько недостаток инвестиций, сколько неэффективный менеджмент. Разработана двумерная матрица вариантов развития бизнеса предприятий в координатах «эффективность менеджмента – доступность инвестиционных ресурсов».

В настоящее время проблема инновационного развития российской экономики активно обсуждается на теоретическом и практическом уровнях. Уже понятен и не вызывает сомнений тот факт, что без инноваций выйти на уровень мировой конкурентоспособности не представляется возможным. Основная дискуссия разворачивается по вопросу выбора путей повышения инновационной активности российских предприятий.

По различным оценкам, от 75 до 100 % прироста производства промышленно развитых стран сегодня обеспечивается за счет использования инноваций [1]. Более того, оживление производства в регионах, переживших экономические кризисы, происходит, как правило, благодаря активизации инновационных процессов.

Как свидетельствует статистика, инновационная стратегия российских предприятий все в большей мере определяется направлениями и характером рыночной конкуренции. Среди руководителей предприятий растет осознание того факта, что отсутствие должного внимания к инновациям зачастую ставит под вопрос перспективы их дальнейшего существования. Не случайно обеспечение преимуществ перед конкурентами в сроках разработки и выпуска инновационной продукции рассматривается предприятиями в качестве основного метода поддержания и усиления конкурентоспособности.

^{*} Профессор кафедры «Экономика и финансы», канд. экон. наук, доцент

[♦] Профессор кафедры «Экономика труда», канд. экон. наук, доцент

В то же время, во всем Уральском регионе на развитие инноваций тратится в среднем не более 1 % от регионального продукта [1]. Опросы, проведенные в Уральском Федеральном округе среди чиновников, представителей предприятий и экспертов показывают не только отсутствие единства в представлениях о сущности инноваций, но и разницу в оценках причин низкой инновационной активности регионов. Если чиновники говорят, в основном, об общей незаинтересованности регионов в развитии новых технологий, то руководители предприятий, наряду с экспертами, ссылаются в первую очередь на элементарную нехватку финансирования. При этом эффективность предпринимаемых мер всеми опрошенными оценивается как крайне низкая. Такой же оценки удостоены общий инновационный потенциал Уральского Федерального округа, а также уровень государственной поддержки.

Отставание нашей экономики от экономик развитых стран в числе прочих причин можно, по нашему мнению, объяснить недостатком инновационного фактора в инвестициях. По сути, это означает, что в большинстве случаев инвестиции направляются в нововведения-процессы и модификацию продуктов в ущерб нововведениям-продуктам. Более того, в ряде отраслей инвестиции практически не связаны с инновациями, ограничиваясь только адекватной заменой элементов основных средств, либо расширением масштабов.

Другими словами, сложившуюся в последние годы позицию, согласно которой основной причиной недостаточного экономического роста в России является нехватка инвестиций, нельзя признать вполне правомерной. В подтверждение этого вывода можно привести целый ряд примеров, когда предприятия, ценой больших усилий добившись притока инвестиций, распоряжаются средствами не лучшим образом, либо приобретая устаревшее оборудование, либо неудачно осваивая новое.

Цель инновационной деятельности на предприятии состоит в создании долговременных конкурентных преимуществ. Это означает, что инновационная деятельность должна рассматриваться не как отдельные продуктовые и технологические инновации, а как способность организации и ее персонала к постоянному и непрерывному развитию системы знаний.

Теории развития, основанные на традиционных взглядах на экономический рост, предполагают стимулирование накопления реального основного капитала и инвестиций, импорт капитала и вмешательство во внутренний финансовый рынок. Новый взгляд на проблемы развития, разрабатываемый в работах П. Ромера, Р. Лукаса, Г. Гроссмана и Е. Хелпмена [3], рассматривает в качестве главного источника экономического роста технологический прогресс.

Главной отличительной особенностью нового подхода к проблемам экономического роста является трактовка знаний в качестве равноценного

фактора производства наряду с капиталом и рабочей силой. Как и капитал, знания должны быть оплачены за счёт сокращения текущего потребления.

Направление ресурсов на увеличение запаса знаний сокращает ресурсы для инвестирования в основной капитал, однако, аккумулированный таким образом запас знаний повышает отдачу инвестиций. Опиерирующая только двумя факторами – капиталом и рабочей силой, формула производственной функции предполагает получение эффекта от масштабов производства.

Добавление к ним фактора знаний ведёт к повышению отдачи от использования всех трёх факторов. Постоянный экономический рост достигается, таким образом, как эндогенный результат действия капитала, рабочей силы и приращенных знаний.

В работе [4] менеджмент разделяется на три самостоятельных области: менеджмент исполнительский, менеджмент аналитический, менеджмент синтетический (стратегический или концептуальный). Соответственно, различается компетентность менеджеров: от умения понимать инструменты менеджмента и точно применять их, через умения анализировать деятельность и принимать решения о подходах к управлению деятельностью, к способностям выстраивать свободные стратегии. Становится понятным, что по мере усложнения внешних и внутренних условий ведения бизнеса, по мере накопления эффектов роста компаний и стратегических пространств их деятельности менеджмент обычный, то есть рецептурный – основанный на использовании готовых инструментов управления деятельностью, – вырастает в менеджмент концептуальный, то есть основанный на принятии концептуальных решений концептуального уровня концептуальными средствами. По мнению автора, для некоторых российских предприятий наступил момент проявления этой естественной закономерности – бизнес начал активно нуждаться в помощи концептуального менеджмента. С нашей точки зрения, концептуальный менеджмент абсолютно необходим для перехода на инновационный путь развития.

Заметим, что методами концептуального анализа и проектирования называются методы исследования и разработки сложных систем понятий (термин «понятие» взят из логики) для различных предметных областей с целью обеспечения эффективного анализа и проектирования коллективной деятельности в этих предметных областях. Эти методы наследуют, обобщают, интегрируют и развивают достижения ряда сложившихся дисциплин и, как следствие, составляют самостоятельный предмет исследования, разработки и практического применения. Первые идеи этих методов возникли за рубежом в рамках методологий системотехники, системного анализа, кибернетики в США и показали высокую продуктивность в

ситуациях концептуальной сложности и нетипичности решаемых проблем.

Таким образом, переход на инновационный путь развития должен базироваться не на классической, а на новой парадигме управления, на признании возрастающей роли человека, на смене курса «успеть за изменениями» на цель «жить и продуктивно работать в непрерывно меняющемся мире». При этом приоритетным в обучении и совершенствовании деятельности менеджеров являются поведение человека в организации и обществе, законы раскрытия человеческого потенциала.

С практической точки зрения, такая модель направлена на решение более перспективной стратегической задачи – развития творческого потенциала коллектива, необходимого для обеспечения устойчивого инновационного развития предприятия в условиях быстроменяющейся внешней среды рыночной экономики, а не на решение текущих задач по выводу предприятия из кризисного состояния.

Следовательно, именно повышение эффективности менеджмента является первоочередным условием роста инновационной активности предприятий. Эффективный менеджер может не только рационально распоряжаться инвестиционными ресурсами, но и решить проблему их дефицита.

В этой связи варианты развития бизнеса можно представить в виде двумерной четырехпольной матрицы, построенной в координатах «эффективность менеджмента – доступность инвестиционных ресурсов» (рис. 1).



Рис. 1. Матрица «Эффективность менеджмента – доступность инвестиционных ресурсов»

Эффективность менеджмента может быть оценена с помощью показателя EVA (Economic Value Added или экономическая добавленная стоимость). Как известно, его положительное значение достигается в случае, если доходность инвестиций в бизнес превышает доходность от альтернативных вложений капитала с аналогичным риском, что свидетельствует, в том числе, об эффективной работе менеджеров предприятия. Граница этой эффективности – нулевое значение показателя EVA. При ее отрицательной величине следует говорить о неэффективности менеджмента.

Степень доступности инвестиционных ресурсов зависит от финансового состояния предприятия, масштабов его деятельности и, все еще, от административного ресурса его руководителей и собственников. На наш взгляд, границей между высокой и низкой степенью доступности инвестиционных ресурсов следует считать ситуацию, когда коэффициент удовлетворения потребности предприятия в инвестициях, определяемый как отношение потенциально доступных для него ресурсов (как собственных, так и заемных средств) к общей потребности в инвестициях, равен единице. Соответственно, степень доступности инвестиционных ресурсов следует считать высокой, если этот коэффициент выше единицы и низкой, если его значение ниже единицы.

В зависимости от соотношения уровня эффективности менеджеров и степени доступности для предприятия инвестиционных ресурсов выделяется четыре ситуации развития его бизнеса.

Наиболее благоприятная ситуация – когда высокая эффективность менеджмента сочетается с высоким уровнем доступности инвестиционных ресурсов. Это сочетание является основой для повышения инновационной активности предприятия.

В случае, когда в условиях дефицита инвестиционных ресурсов менеджеры работают эффективно, бизнес имеет перспективы развития, поскольку концептуальные, по терминологии А. Теспинова [4] менеджеры имеют хорошие шансы найти know-how для привлечения потенциальных инвесторов.

Третья ситуация, характеризующаяся низким уровнем менеджмента и недоступностью инвестиционных ресурсов, логично ведет к стагнации бизнеса. При этом уже не может быть речи об его инновационном развитии.

Наихудшая, с нашей точки зрения, ситуация соответствует четвертому квадранту матрицы. При высоком уровне доступности инвестиций неэффективный менеджмент способен нерационально распорядиться этими ресурсами, что приведет, в лучшем случае, к альтернативным издержкам, а в худшем – к прямым убыткам предприятия. Это как раз тот случай, когда инвестиции практически не связаны с инновациями, ограничиваясь

только адекватной заменой элементов основных средств, либо расширением масштабов.

Таким образом, основной путь повышения инновационной активности российских предприятий, с нашей точки зрения, состоит в повышении эффективности и постепенному переходу от исполнительского к концептуальному менеджменту.

Список литературы:

1. Интернет-портал «Инноватика и конкурентные преимущества» www.innovatika.net.
2. Официальный сайт Правительства Челябинской области www.pravmin74.ru.
3. Основы инновационного менеджмента: Теория и практика // Учеб. пособие / Под ред. П.Н. Залина, А.К. Казанцева, Л.Э. Миндели. – М.: НПО «Издательство «Экономика», 2000. – 475 с.
4. Теспинов А. Бизнес на помочах концептуального менеджмента // Менеджер. – 2004. – № 12.

ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА И ОБРАЗОВАНИЕ

© Ильченко И.Н.*

Курганский филиал Академии труда и социальных отношений
им. Т.С. Мальцева, г. Курган

Инновации представляют собой управляемые процессы создания, оценки, освоения и применения новшеств в системе образовательных учреждений. Они связаны с особым типом изменений – развитием педагогических принципов и систем, форм обучения и воспитания, управления деятельности учебных заведений и т.д. Однако если эти изменения суммировать, то можно получить как новую систему образования, так и новый социальный механизм и тем самым смоделировать облик будущего общественного устройства и всего диапазона взаимоотношений человека с природой, обществом и себе подобными.

На наш взгляд, инновации в образовании следует разделить:

- на внутрипредметные инновации – инновации, реализуемые внутри предмета, что обусловлено спецификой его преподавания. Приме-

* Старший методист социально-экономического факультета, старший преподаватель кафедры «Менеджмент организации», Соискатель кафедры Экономики и рынка

ром может служить освоение авторских методических технологий в преподавании отдельных предметов;

- общеметодические инновации – к ним относится внедрение в педагогическую практику нетрадиционных педагогических технологий, универсальных по своей природе, так как их использование возможно в любой предметной области. Например, разработка творческих заданий для учащихся, проектная деятельность и т.п.;
- административные инновации – как решения, принимаемые руководителями различных уровней, которые, в конечном счете, способствуют эффективному функционированию всех субъектов образовательной деятельности;
- идеологические инновации – это инновации, которые вызваны обновлением сознания, веяниями времени, являются первоосновой всех остальных инноваций, так как без осознаний необходимости и важности первоочередных обновлений невозможно приступить непосредственно к обновлению.

Общепризнанное практическое воплощение инноваций в образовании представлено в виде:

- использования дистанционных форм работы с обучаемыми (участие в конференциях, семинарах, олимпиадах, профиль-классах, курсах для учителей, проводимых Центрами Дистанционного образования);
- применения Интернет-технологий.

Введение инноваций благоприятствует прогрессивному развитию образовательной действительности только в том случае, если учебное заведение рассматривается как целостный многофакторный объект произвольной природы, когда учитывается объективная многонаправленность деятельности всех участников педагогической и управленческой деятельности. Нарастание, усложнение одних функций и структур, повышение уровня организации целостной системы может сопровождаться упрощением, даже свертыванием других. Отсюда следует вывод: диалектическая взаимосвязь прогресса и регресса в системе образования обуславливает сложные оценки результатов развития учебных заведений, что может быть достигнуто только при изучении влияния нововведений на существенные факторы числовой и нечисловой природы.

Важной составляющей инноваций является применение принципа непрерывного профессионального образования.

Как социально-экономическая система непрерывное профессиональное образование представляет собой единый, целостный процесс экономических взаимоотношений между государством – заказчиком на специалистов (министерства, ведомства, предприятия, учреждения), подрядчиками – производителями образовательных услуг (образовательными уч-

реждениями) и потребителями этих услуг (обучаемыми). Этот процесс состоит из ряда отдельных, персонифицированных уровней и ступеней учебно-научного, познавательного и производственного процессов, обеспечивающих образовательную и производственную траекторию деятельности человека в течение всей его жизни, а также необходимые условия для развития его личностных и творческих способностей с целью поддержания конкурентоспособности человека на рынке труда и государства в целом [1].

Непрерывное профессиональное образование в режиме инноваций должно представлять собой непрерывный процесс, состоящий из: начального профессионального образования; среднего профессионального образования и высшего профессионального образования и завершающийся корпоративным профессиональным образованием.

Инновация образования – это инновация производства, циклический характер протекания которого должен порождать и цикличность процесса образования. Непрерывность процессов образования и производства должны перерасти в единый системно-организованный непрерывный производственно-образовательный процесс подготовки кадров.

Понятие развития выделяет только те инновации, которые связаны с обновлением образовательного процесса, с его внутренними содержательными и функциональными изменениями, превращением в нечто новое. Причем в случаях развития речь идет о нарастающих, развернутых во времени и управляемых качественных трансформациях содержания обучения и образовательной деятельности (ценности, целей, системы, процесса, результата). Кумулятивный характер развития – накопление целенаправленных изменений числовых величин и нечисловых значений релевантных признаков – способствует введению педагогических новшеств и закономерному становлению нового уровня организации образовательного процесса. К таким процессам относят совершенствование качества образования и культуры общения преподавателей и студентов, развитие библиотечного и информационного обслуживания студентов, применение новых педагогических принципов и высоких технологий обучения и т.д. В процессе введения инноваций нередки случаи дивергенции образовательного процесса, а также конвергенции – объединения различных направлений обучения в единый процесс.

Специфика подобных отношений заключается в том, что речь идет о взаимодействии, с одной стороны, инновации, с другой – образования как социального института и процесса, который, в свою очередь, рассматривается в качестве одного из важнейших ресурсов развития, ибо если «... нет развития человека, его способностей и его творческих сил без образования, то понятно, что и образование (наряду с наукой или вместе с ней) становится важнейшим ресурсом развития» [3]. Причем, как отмечает

далее Д. Маркович, образование как ресурс развития общества призвано обеспечить не только условия для материального и интеллектуального развития каждого человека и как члена общества и как индивида, но и развитие производительных сил, общественных отношений таким образом, чтобы люди могли выступать как свободные личности на туманных основаниях, создающие высокий уровень жизни и подлинный демократический образ жизни [3]. То есть инновации в образовании обретают уникальное качество социального механизма, обеспечивающего развитие ресурса развития и тем самым моделируют облик будущего общественного устройства и всего диапазона взаимоотношений человека с природой, обществом и себе подобными, формируя, при этом качество личности.

Список литературы:

1. Валиев Ш.З., Охотникова Л.В. Непрерывное профессиональное образование — путь к повышению качества подготовки специалистов. // Материалы IV Всероссийской научно-методической конференции 2006 г. — М., 2006. — С. 71-73.
2. Пигров К.С. Диалектика инноваций и образования. // Сб. материалов конференции. — СПб.: Философское общество, 2003. — С. 11-14.
3. Маркович Д.Ж. Образование как ресурс развития. // Сб. Образование: традиция и инновации в условиях социальных перемен. — М.: Речь, 1999. — С. 65-78.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА РАБОЧЕЙ СИЛЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ

© Кадатская И.А.*

Государственный университет Высшая Школа Экономики,
Пермский филиал, г. Пермь

Сегодня инновационно-активные предприятия представляют собой стратегическую ценность в экономическом развитии как региона, так и страны в целом. По мнению зарубежных и отечественных авторов человеческий капитал становится одним из наиболее важных факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия в условиях его инновационной активности. Способности фирмы к инновационной деятельности, освоению новых знаний и последующему извлечению из них выгоды, за-

* Преподаватель кафедры Общего менеджмента

висят, в том числе, от квалификации и профессиональной подготовки рабочей силы [2].

В настоящее время проводимые исследования выявляют следующие общероссийские тенденции, связанные с человеческим капиталом на рынке труда [1]:

- резкий рост дефицита кадров за 2004-2007 года;
- понижение качества работы системы высшего образования.

Согласно исследованиям Всемирного банка, для России характерны структурные диспропорции рынка труда. Образовательная система не обеспечивает предложение специалистов, востребованных работодателями в условиях рыночной экономики. В частности, Россия сталкивается с растущей нехваткой квалифицированных кадров в сфере промышленности. Дефицит квалифицированных кадров сдерживает производство, препятствует эффективному использованию имеющихся ресурсов, наиболее полному удовлетворению спроса [2].

Целью данной работы является выявление форм и способов повышения качества рабочей силы на примере инновационно-активных промышленных предприятий Пермского края.

Оценка ситуации на рынке труда Пермского края на основе статистики, представленной на сайте Службы занятости [3], подтверждает общероссийские тенденции и говорит о преобладании квалификационного дисбаланса по всем категориям персонала в сфере промышленности. Этот дефицит может быть компенсирован через эффективную комбинацию внутреннего и профессионального обучения.

По результатам исследования, проводимого Государственным университетом Высшей Школы Экономики в рамках научно-исследовательской работы «Технологические и управленческие инновации в корпоративном секторе. На примере предприятий обрабатывающей промышленности Пермского края» нами были выявлены следующие основные формы и способы, позволяющие повышать качества рабочей силы на предприятии:

- обучение персонала;
- отбор квалифицированных кадров;
- удержание квалифицированных кадров.

Обучение персонала. Как показало наше исследование, инновационно-активные промышленные предприятия Пермского края применяют систему непрерывного образования и повышения квалификации, используя формы как внешнего, так и внутреннего обучения своих работников. Обучение проводится на всех уровнях управления от рабочих специальностей до высшего руководства.

Непрерывный процесс обучения, подготовки, повышения квалификации работников позволяют растить качественные человеческие ресурсы внутри самого предприятия. По результатам интервью нами были выде-

лены основные факторы, которые обуславливают потребность предприятия в обучении персонала. Эти потребности в разной степени проявляются на исследуемых предприятиях. К ним относятся:

1. внедрение новых технологий;
2. подтверждение сертификата по ISO 9001;
3. введение в должность (профессию);
4. передача неявных знаний;
5. комбинированные знания (расширение функционала).

Новые технологии, в частности технические инновации, требуют обучения персонала работе на новом оборудовании, используемом на предприятии. Новые технологии не всегда обеспечены квалифицированными кадрами, что может являться сдерживающим фактором, например, в обновлении производственных мощностей. Предприятия решают эту проблему через сотрудничество с поставщиками оборудования, которые предлагают полный пакет услуг: продажа техники, обучение персонала, гарантийное обслуживание. Так, например, на одном исследуемом нами предприятии были внедрены IT-технологии: система электронного документооборота и автоматизированная система управления ORACLE. Обучение специалистов проводилось при поддержке поставщиков. На другом промышленном предприятии было закуплено современное высокотехнологичное импортное оборудование, обучение работе на котором проводилось японскими и австрийскими специалистами.

Выход предприятий на мировой рынок подталкивают их *сертифицироваться по системе ISO 9001*, которое «заставляет» изменять технологии и выставляет требования к качеству рабочей силы. В частности, сертификация качества по ISO 9001 обязывает предприятия ежегодно отводить определенное количество часов на обучение персонала. Ежегодное подтверждение сертификата требует проведения регулярного обучения сотрудников, направленного на поддержание необходимого и конкурентного уровня квалификации работников.

Также, как было отмечено респондентами, особенно важным становится *передача неявных знаний*, носителями которых стали, как правило, критические группы работников, находящиеся уже в предпенсионном возрасте. Эти скрытые знания и навыки, которые определяют безопасный и эффективный ход производства, не поддаются формализованному обучению. Наиболее эффективным методом в этом случае выступает наставничество как форма тесного взаимодействия опытного и молодого специалиста.

Наставничество также предполагает передачу широкого спектра знаний, среди которых система управления, нормы и ценности, принятые в компании, «подводные течения», технические навыки, тем самым, осуществляя *адаптацию работника в новой должности (профессии)*.

Комбинированные знания подразумевают наличие у работника дополнительных знаний и навыков к его основной специальности. Например, на нефтеперерабатывающем предприятии требуются маркетологи со знанием производства по нефтепереработке, эксплуатационных и физико-химических свойств продукта. Комбинированные знания могут также определяться требованиями внешней среды. Например, выход предприятий на международный уровень требует от узкоспециализированных специалистов знаний иностранного языка.

Отбор квалифицированных кадров. Качество рабочей силы начинается с подбора персонала, с привлечения необходимых квалифицированных работников. При отборе кадров на предприятиях часто используются различные отборочные методики для выявления лучших претендентов на должность. Используются специализированные тесты на определение квалификации соискателя, психологические тесты на интеллект, эрудицию, превалирующие черты характера, допускаемую пригодность.

Отдельным направлением при подборе кадров стало сотрудничество с учебными заведениями с целью привлечения молодых специалистов. Инновационно-активные промышленные предприятия используют ступенчатую систему привлечения молодых специалистов, которая включает в себя прохождение студентами всех видов практик, начиная со второго курса, и заканчивая написанием выпускной квалификационной работы по предприятию. Подобное сотрудничество промышленных предприятий с вузами, предполагающее привлечение студентов ещё до официального трудоустройства, определяет ряд преимуществ в политике подбора молодых кадров:

- «омоложение» среднего возраста на предприятии;
- минимизация разрыва в качестве образования и требованиями работодателя;
- предварительная адаптация к рабочему месту;
- укрепление социальных связей в рабочем коллективе;
- воспитание лояльности по отношению к предприятию;

и повышает вероятность того, что после окончания вуза молодой специалист придет работать на данное предприятие.

Удержание квалифицированных кадров. Эта элемент кадровой политики участвует в повышении качества рабочей силы через решение следующих задач:

1. привлечение квалифицированной рабочей силы конкурентной оплатой труда;
2. удержание и формирование лояльности сотрудников всем комплексом вознаграждения.

Как правило, предприятия-лидеры способны обеспечить конкурентную заработную плату относительно своей отрасли, однако многие стал-

квиваются с конкуренцией по уровню оплаты труда в других отраслях, которые более привлекательны для молодых специалистов. В результате, когда выбор места работы обуславливается уровнем ожидаемого дохода, предприятие не может удержать молодого сотрудника, используя только финансовое поощрение. Обученный сотрудник покидает предприятие, понижая общий квалификационный уровень персонала.

С целью удержания сотрудников, дополнительно работникам предлагается широкий соцпакет, который включает в себя как государственные гарантии, так и блага от организации. Соцпакет, помимо общедоступных благ, содержит элементы, которые имеют первостепенное значение для молодежи, в частности помощь в решении жилищных проблем.

Нематериальным мотивационным фактором удержания является активное вовлечение в общественную жизнь молодежи. В частности на некоторых предприятиях создана такая организация как Союз молодежи, в рамках которого проводятся различные молодежные мероприятия. Целью данной организации является вовлечение молодежи в активную общественную жизнь, приобщение к корпоративной культуре, закрепление вновь принятых молодых работников, привлечение молодых специалистов к решению задач, направленных на повышение эффективности производства. Таким образом, после выпуска молодой студент попадает в такую же молодежную среду, только рабочую, что является дополнительным стимулом для появления приверженности к организации.

Таким образом, эмпирический анализ показал, что, инновационно-активные промышленные предприятия Пермского края уделяют большое внимание обучению персонала как основному способу повышения качества рабочей силы. Дополнительно квалификационный уровень поддерживается за счет многоступенчатой системы отбора и удержания квалифицированных кадров через разработку мотивационных программ. Повышение качества рабочей силы рассматривается на предприятиях как основа инновационной активности фирмы.

Список литературы:

1. Брусникин Н.Ю., Дымарская О.Я., Творогова С.В. презентация «Оценка результатов деятельности вузов с точки зрения рынка труд: мониторинг и рейтинг». – М., 2007.
2. Raj M. Desai and Itzhak Goldberg, editors, Document of the World Bank «Enhancing Russia's Competitiveness and Innovative Capacity», 2007.
3. Тенденции на профессиональных рынках труда Пермского края за 2000-2007 гг. Отчет агентства по занятости населения Пермского края <http://www.szn.perm.ru>.

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ ПРОДУКЦИЯ КАК ПРЕДМЕТ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

© Коночкина Т.В.*

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

В статье проведен анализ научно-технической продукции как предмета рыночных отношений, определена ее роль в экономике страны, охарактеризован современный этап развития взаимоотношений в данной сфере. Также в статье определяются и разграничиваются понятия: продукт фундаментальных исследований, продукт прикладных исследований, научно-техническая продукция, приводится ее перечень. Дается описание основных форм взаимоотношений на рынке научно-технической продукции, обозначаются основные проблемы.

К началу XXI века стало очевидным, что уровень развития и динамизм инновационной сферы – науки, новых технологий, наукоемких отраслей и компаний – создает основу устойчивого экономического роста, определяет границы между богатыми и бедными странами. Формирование национальных инновационных систем (НИС) как основного механизма саморазвития стало главным фактором долгосрочного роста мировой экономики. Главным итогом научно-технического и инновационного развития XX столетия является преодоление исторической изолированности науки как самодостаточной сферы деятельности, отказ от линейных методов организации инновационных процессов (научная идея – разработка – производство – рынок) и формирование сетевых национальных систем создания, финансирования и рыночного освоения новшеств. В рамках НИС указанные элементы могут комбинироваться в любом порядке, в зависимости от конкретных целей и задач новаторов. Главное – они обеспечивают постоянное и непрерывное зарождение и реализацию кластеров радикальных нововведений, которые «созидательно разрушая» старые производственные структуры, создают основу устойчивого инновационного роста.

Процесс адаптации России к мировым тенденциям научно-технологической и промышленной интеграции находится на начальной стадии, хотя сейчас совершенно ясно, что интеграция в глобальную инновационную сферу стала важнейшим фактором развития национальных отраслей высоких технологий. Международное научно-техническое и технологическое сотрудничество способствует повышению конкуренто-

* Ассистент кафедры Экономики и финансов

способности предприятий, продвижению современных передовых технологий на внутренний российский рынок. Для большинства российских отраслей «хайтека» главной задачей современного развития стало решение дилеммы «конкуренция-сотрудничество» с мировыми производителями. В условиях глобализации Россия не может абстрагироваться от мировых тенденций развития, поскольку встроенность в систему мировых экономических связей превращается в один из важнейших факторов, определяющих конкурентоспособность национальных экономик.

В последние годы достаточно широко используются и уже прочно вошли в общественное сознание такие понятия как «интеллектуальная собственность», «интеллектуальный продукт», «интеллектуальный потенциал». И это закономерно, поскольку возмещение расходов научного труда другими отраслями, потребляющими его результаты, приобретает в условиях рыночной экономики характер товарно-денежных отношений. Эти отношения развиваются на основе углубления разделения труда как между наукой и производством, так и в результате обособления отдельных этапов научных исследований: фундаментальные исследования, опытно-конструкторские разработки, последующее использование нововведений в производстве (опытно-экспериментальные заводы, венчурные фирмы, инжиниринговые компании и др.).

Непосредственный продукт науки – понятия, теоретические конструкции, модели, знаковые системы, наглядные графические образы и другая информация, содержащая новое знание и обеспечивающая его одинаковое понимание и освоение специалистами. Конечный продукт науки – нововведения, точнее фактический эффект от их использования. Результат фундаментального исследования часто не принимает материально-предметную форму, а персонифицируется, воплощается в знаниях специалистов. Он является результатом труда не только данного научного коллектива, но и предшествующих поколений исследователей, воплощает общественные затраты на развитие образования, культуры и смежных отраслей науки, а не только расходы данного института. Это продукт по сути дела принадлежит обществу в целом и может быть использован в течение неограниченного времени необозримым кругом потребителей. При окончании фундаментального исследования невозможно предсказать все области, где оно будет использовано, и тем более исчислить его экономический эффект. В то же время продукт прикладных исследований и разработок принимает самостоятельную предметную форму изобретения, технической документации, методик, имеет авторство, принадлежит определенному физическому или юридическому лицу, отчуждается от трудового процесса после его завершения. Таким образом, для того, чтобы включить науку в систему рыночных отношений, ныне учитывается про-

межуточный результат – научно-техническая продукция – товар особого рода.

В соответствии со ст. 2 федерального закона от 23.08.1996 № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике», научная и (или) научно-техническая продукция – это научный и (или) научно-технический результат, в том числе результат интеллектуальной деятельности, предназначенный для реализации. При этом, научный и (или) научно-технический результат – это продукт научной и (или) научно-технической деятельности, содержащий новые знания или решения и зафиксированный на любом информационном носителе.

Таким образом, научно-техническая продукция – это законченный в соответствии с требованиями договора, принятый заказчиком результат научно-исследовательских, проектных, опытно-конструкторских, технологических работ, реализуемый по договорным ценам. К ней относятся:

- научно-техническая документация (отчеты, проекты, чертежи, регламенты, нормативы, методики, программы и т.д.) о результатах законченных фундаментальных и прикладных исследований и разработок, включая работы по созданию новой техники и других изобретений, технологий, материалов, работы в области технико - экономических исследований, информатики, экологии, эргономики, математического моделирования, дизайна и т.д.;
- экспериментальные и опытные образцы (партии) новой техники (продукции);
- научно-технические услуги, включая участие в пусконаладочных работах, авторский надзор при освоении и эксплуатации нововведений, передовой опыт в этой области («ноу-хау»), обучение персонала заказчика (потребителя), научно-технические, управленческие, финансово-экономические консультации;
- прочие результаты научной, инженерной и информационной деятельности, предназначенные для использования в производстве, управлении и планировании (передача технологии, экспертиза и т.д.).

Основной правовой формой отношений между научной организацией, заказчиком и иными потребителями научной и (или) научно-технической продукции, в том числе министерствами и иными федеральными органами исполнительной власти, являются договоры (контракты) на создание, передачу и использование научной и (или) научно-технической продукции, оказание научных, научно-технических, инженерно - консультационных и иных услуг, а также другие договоры, в том числе договоры о совместной научной и (или) научно-технической деятельности и распределении прибыли [6].

Продажа объектов интеллектуальной собственности становится все более важным элементом современной рыночной экономики. Согласно инвестиционному законодательству интеллектуальные ценности («ноу-хау», опыт, патенты, авторские права, товарные знаки) приравниваются к имущественным (денежные средства, паи, акции, движимое и недвижимое имущество и т.д.) в качестве инвестиций. Законодательство РФ с 1991 г. регулирует отношения по созданию и использованию изобретений, открытий и других объектов интеллектуальной собственности. Это позволило сделать объектом рыночных отношений предметы духовной культуры и результаты их хозяйственного использования – передачу технологий, лицензий на изобретения, аренду оборудования (лизинг), передовой опыт «ноу-хау», технические услуги (инжиниринг).

Передача технологии – реализация совокупности материальных (новая техника, продукты, материалы, технология), информационных (техническая документация) и организационных (обучение методам организации производства, труда и управления) результатов НИОКР. Передача технологии происходит в различных формах: поставки готовой продукции, ее совместная разработка и производство (кооперирование), сооружение производственных объектов. При этом лицензия продается лишь на те нововведения, которые запатентованы в установленном порядке.

Аренда новой техники (лизинг) используется при передаче технологии, воплощенной в дорогостоящих и уникальных объектах (крупных ЭВМ, измерительных комплексах, сложном оборудовании). Впоследствии они могут выкупаться у арендодателя (банка, посреднической фирмы и т.д.).

Передовой опыт («ноу-хау») – умения, знания и навыки, которые не являются общеизвестными, не защищены патентами и могут быть эффективно использованы в производственной и хозяйственной деятельности (НИОКР, проектирование и строительство, изготовление и продажа продукции, поиск и добыча полезных ископаемых, освоение нововведений, в том числе экономических, подготовка кадров). С этим связаны и технические услуги (инжиниринг) по подготовке и обеспечению нормального хода производства и реализации продукции (консультации и экспертиза проектов, оценка технологий и сооружаемых объектов, техническое обучение и инструктаж, передача технической информации).

В развитии национальной инновационной системы и рынка научно-технической продукции выделяют такие проблемы, как подготовка кадров, обеспечение квалифицированным менеджментом, создание соответствующей инфраструктуры, законодательное обеспечение инновационной деятельности, развитие системы внебюджетного финансирования. Но, наряду с перечисленными проблемами, существует и ряд других, заслуживающих не меньшего внимания. Долгое время в нашей стране ключе-

вую роль в развитии рынка научно-технической продукции играло государство. Условия же рынка требуют от компаний, функционирующих в сфере высоких технологий и занимающихся научными разработками, выработки новой стратегии своего поведения и конкурентной борьбы. Возникают проблемы изучения и прогнозирования спроса, определения целевого потребительского сегмента, позиционирования и ценообразования. Все эти проблемы, по сути, интегрируются в задаче установления адекватной рыночной конъюнктуры, конкурентоспособной цены на научно-техническую продукцию. Проблема приобретает особое значение в связи с предстоящим вступлением России в ВТО.

Автором было проведено исследование обозначенной проблемы, ее теоретических, методологических аспектов и предложены пути решения. Основные результаты исследования приведены в [2].

Список литературы:

1. Афонин И.В. Управление развитием предприятия: Стратегический менеджмент, инновации, инвестиции, цены: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2002. – 380 с.
2. Баев И.А., Коночкина Т.В. Ценообразование в производстве высокотехнологичной продукции. // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Сер. Рынок: теория и практика. – 2006. – № 15. – Вып. 4. – С. 159-165.
3. Бляхман Л. С. Экономика, организация управления и планирование НТП. – М.: Высшая школа, 1991. – 228 с.
4. Васильева И. Н. Экономические основы технологического развития. – М.: Банки и Биржи, 1995. – 165 с.
5. Емельянов Е.В. Роль научно-инновационной сферы в повышении конкурентоспособности. // Консультант директора. – 2005. – № 19. – С. 32-36.
6. О науке и государственной научно-технической политике. Федеральный закон РФ от 23 августа 1996 года № 127-ФЗ.
7. Управление современной компанией: Учебник / Под ред. проф. Ф. Лиса. – М.: Инфра-М, 2001. – XVIII. – 586 с.
8. Чулок А.А. Показатели эффективности инноваций на макроуровне: основные тенденции и результаты расчета инновационного индекса. // Инновации. – 2006. – № 3. – С. 38-45.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ И РЕГИОНОВ

© Кузнецова Н.П.^{*}, Шабалтина Л.В.[♦]

Уфимский государственный авиационный технический университет, г. Уфа

В данной работе приведены некоторые методы и подходы к оценке инновационного потенциала (ИП) хозяйствующих субъектов.

Оригинальный подход к оценке ИП предложен А.А. Трифиловой [3]. Основной целью оценки в данном случае является анализ достаточности финансовых ресурсов предприятия для внедрения различных видов инноваций (радикальных или улучшающих) при одновременном обеспечении финансовых потребностей текущей производственно-хозяйственной деятельности. Оценка финансовой устойчивости предприятия характеризуется способностью экономического субъекта обеспечить производственный процесс: собственными оборотными средствами, собственными оборотными средствами и долгосрочными кредитами, собственными оборотными средствами, долгосрочными и краткосрочными кредитами. В результате расчетов выделяются финансовые состояния предприятия: абсолютная устойчивость финансового состояния, нормальная финансовая устойчивость, неустойчивое финансовое состояние, кризисное финансовое состояние.

Преимуществами рассмотренного подхода к оценке ИП является возможность анализа финансовой устойчивости предприятия к инновационному развитию. Однако в приведенном подходе не рассматривается структура ИП, то есть не всегда ясно каких именно ресурсов не хватает предприятию для активизации инновационной деятельности, что можно отнести к недостатку.

Следующий метод оценки ИП предприятия заключается в количественной оценке элементов ИП предприятия [3]. Для этого могут использоваться различные показатели, характеризующие инновационные ресурсы предприятия. В качестве таких показателей, например, могут быть применены критерии оценки эффективности инновационных программ предприятия, либо коэффициенты оценки инновационной активности предприятия.

^{*} Инженер кафедры «Управление инновациями»

[♦] Ассистент кафедры «Управление инновациями»

Еще один метод количественной оценки ИП предлагается проводить, используя систему базовых показателей [3]: интеллектуальный потенциал, научно-технический задел по инновациям, удельный вес нового оборудования и инструмента, новых технологий в общем их количестве, наличие сервисных услуг, пользующихся платежеспособным спросом, удельный вес новых видов деятельности в общем объеме выполняемых работ.

На наш взгляд использовать только количественные методы оценки инновационного потенциала предприятия недостаточно, так как необходимо предварительно проведение анализа самой структуры инновационно потенциала хозяйствующего субъекта.

Следующим методом оценки ИП будет рассмотрен метод построения мишени [1], который использовался в качестве инструмента оценки интеллектуального капитала предприятия. Данный метод заключается в проведении качественной оценки инновационного потенциала предприятия по четырем выделенным структурным элементам. Каждой из четырех выделенных составляющих ИП соответствует определенный квадрант. Концентрические окружности определяют границы различных зон состояния элементов ИП: от наиболее благоприятного в центре до наиболее опасного по внешнему кольцу. Виды ресурсов, входящие в каждую из составляющих ИП, представляются «точками» в соответствующих квадрантах в зоне присвоенной им балльной оценки. Размер «точек» характеризует степень важности данного ресурса для развития предприятия. Доминирующим является квадрант, в котором находится большее количество крупных точек. Данный метод использует экспертные оценки, а основными его достоинствами являются полнота и наглядность представления инновационного потенциала предприятия на текущий момент времени.

По результатам только этого метода сложно сделать точные выводы относительно того, каких ресурсов не хватает для необходимого инновационного потенциала предприятия. Кроме того, возникает вопрос, кто будет проводить исследование (консалтинговая компания или же менеджмент самой компании)? В соответствии с этим могут иметь место неверные результаты (не отражающие действительности) либо из-за того что «люди со стороны» не владеют полным и достаточным объемом информации, необходимой для анализа либо менеджмент самой компании не всегда адекватно и трезво может говорить о проблемах предприятия.

От состояния инновационного потенциала зависит выбор путей развития предприятия. Поэтому оценка инновационного потенциала представляет собой необходимую операцию при организации и совершенствовании управления им. Автор И.Ю. Кудрявцева [4] выделяет три подхода к оценке инновационного потенциала машиностроительного предприятия: прогностический, диагностический и межхозяйственный сравнительный.

Прогностический подход к оценке ИП промышленного предприятия предполагает формирование концептуальной модели инновационного потенциала машиностроительного предприятия, которая включает поэтапные модели научно-информационной, материально-технической, кадровой и финансовой составляющих. Для оценки состояния необходимо сопоставить концептуальную модель с фактическим состоянием анализируемого объекта, двигаясь от фактического состояния к концептуальной модели.

Диагностический подход к оценке инновационного потенциала промышленного предприятия, как правило, является первой стадией разработки проектов совершенствования управления инновационным потенциалом и позволяет сопоставить и выбрать эффективные решения его развития, выявить причину сбоев в управлении и условия их устранения. При диагностическом подходе качественной оценке способствуют следующие условия: информация о значениях диагностических параметров инновационного потенциала должна быть достоверной; необходимо знать взаимосвязь диагностических параметров с целью возможности оценки состояния всего объекта.

Рассмотренный подход диктуется, прежде всего, ограниченным сроком выполнения оценки, недоступностью или отсутствием достаточной информации, отсутствием специалистов, способных проводить системный анализ параметров объекта оценки.

При использовании межхозяйственного сравнительного подхода необходимо добиться сопоставимости показателей. Однако здесь есть ряд существенных трудностей. Повысить сопоставимость можно заменой абсолютных величин относительными, приведением данных к одинаковой оценке, одинаковому объему производства, устранением случайных влияний, более широким использованием средних величин и другими способами. Однако методики доведения показателей до полной сопоставимости не существует, в том числе и потому, что ряд параметров инновационного потенциала машиностроительного предприятия может носить только качественный характер. Поэтому, для того чтобы оценка носила объективный характер, необходимо использовать два пути: сравнивать однотипные элементы, подразделения, процессы, функции, посредством которых осуществляется управление инновационным потенциалом машиностроительного предприятия и использовать экономико-математические методы.

Еще один подход к оценке ИП предприятия был разработан Институтом стратегических инноваций (Россия, Москва) и использовался для проведения исследований состояния и проблем развития инновационного потенциала промышленных предприятий России, Беларуси, Кыргызстана, Молдовы и Украины. Оценка осуществлялась по различным элементам структуры ИП, в числе которых были выделены: задел научно-

технических и технологических (собственных и приобретенных) разработок; состояние инфраструктурных возможностей предприятия; степень восприимчивости новшеств персоналом предприятия.

Такой подход позволяет более четко определить основные проблемы и наметить возможные пути совершенствования и развития инновационного потенциала предприятия. Однако непонятно каким образом будет измеряться задел разработок, состояние инфраструктурных возможностей предприятия, степень восприимчивости новшеств персоналом предприятия.

Автором О.С. Москвиной [5] предложен алгоритм оценки ИП на региональном уровне, который представлен в виде трех последовательно реализуемых этапов. На первом этапе все обобщающие показатели группируются в пять оценочных блоков (ресурсная компонента – научные, кадровые, финансовые, технико-технологические ресурсы и результативная компонента), характеризующих инновационный потенциал региона. На втором этапе происходит определение пограничных состояний выбранных обобщающих показателей в выделенных компонентах. Третьим шагом является формирование нормативной модели состояния инновационного потенциала региона. Для этого вводятся используемые в модели условные обозначения, характеризующие ресурсную и результативную составляющую ИП, вводятся пороговые значения обобщающего показателя ИП, выраженное через характеристику параметра, отражающего границу минимально допустимого уровня кризисности и предкризисного состояния. На четвертом этапе проводится анализ рассогласования нормативных и фактических параметров потенциала, после чего определяется координата обобщающего показателя ИП. Далее полученные координаты ИП могут быть графически отображены в виде инновационного профиля региона. В зависимости от уровня концентрации рассчитанных координат на нем могут быть выделены три зоны: неудовлетворительная, удовлетворительная, кризисная.

Результаты представленного зонирования выступают основой определения направлений по реализации инновационных преобразований (с учетом результатов проведенного анализа). И наконец, заключительным этапом может выступать сравнительная оценка показателей результативной компоненты инновационного потенциала региона с аналогичными показателями по России в целом.

В работе [6] дается оценка инновационного потенциала Тюменской области. Инновационный потенциал определяется ресурсной, результативной и внутренней составляющими.

В рамках разработки стратегии социально-экономического развития г. Тюмени авторы изучали инновационный климат Тюменской области. Исследование проводилось в два этапа. Сравнительная оценка ИП Тюмен-

ской области и других регионов УрФО проводилась по основным показателям: число организаций, выполнявших исследования и разработки, численность персонала, занятого исследованиями и разработками, затраты на исследования и разработки, объем выполненных научно-технических работ, число созданных передовых технологий, число использованных передовых технологий, число инновационно-активных организаций, затраты на технологические инновации. Следующим этапом в оценке ИП Тюменской области является определение интеллектуального и ИП высших учебных заведений, научно-исследовательских институтов и предприятий. В дальнейшем производится деление на следующие блоки: функциональный, ресурсный, организационный, управленческий, блок продукции. Оценка проводилась по пятибалльной системе: 5 баллов соответствовали очень высокому уровню рассматриваемого параметра. По каждому показателю рассчитывается среднеарифметическое значение, на основе которого определяли интегральную оценку ИП. По итоговым результатам строится диаграмма, характеризующая уровень развития составляющих ИП промышленных предприятий.

Подводя итог, отметим, что рассмотренные методы и подходы, которые можно использовать при оценке ИП имеют как достоинства, так и недостатки. В дальнейшем нами будет разрабатываться методика оценки инновационного потенциала экономических субъектов, которая бы носила комплексный характер, рассматривающий все стороны инновационного потенциала.

Список литературы:

1. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал / Пер. с англ. Под ред. Ковалик Л.Н. – СПб.: Питер, 2001.
2. Инновационные приоритеты государства / Отв. ред. А.А. Дынкин, Н.И. Иванова. – М.: Наука, 2005.
3. Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.
4. Кудрявцева И.Ю. Подходы к оценке инновационного потенциала машиностроительного предприятия.
5. Москвина О.С. Инновационный потенциал как фактор устойчивого развития региона.
6. Мухамедшина Е.В., Ильина О.С. Оценка инновационного потенциала Тюменского региона.
7. Ковалев М.М., Шашко А.А. Инновационный потенциал регионов Беларуссии: состояние и перспективы.

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ГОТОВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА К ИННОВАЦИЯМ

© Кузнецова Н.П.^{*}, Фатхуллина Л.З.^{*}

Уфимский государственный авиационный технический
университет, г. Уфа

В настоящее время назрела необходимость в пересмотре методологических подходов к развитию инновационной деятельности в России, адаптации известных, а при необходимости и разработке новых принципов и механизмов инновационного развития экономики исходя из существующих условий.

Оценить готовность предприятий к инновационной деятельности предлагается по двум показателям: интегральный индекс финансовой устойчивости и интегральный индекс патентной активности.

Оценивание готовности предприятий к инновационной деятельности позволит выработать стратегию инновационного развития региона для принятия управленческих решений.

Тенденции развития мировой экономики убедительно показывают, что у России не может быть иного пути развития, кроме формирования экономики, основанной на знаниях, то есть экономики инновационного типа. Недооценка этого обстоятельства уже в ближайшие годы может привести к тому, что Россия будет вытеснена с рынка высокотехнологичной продукции, а это, в конечном счете, не позволит поднять до современных стандартов уровень жизни населения и обеспечить безопасность государства в целом. Вместе с тем инновационная деятельность в России пока еще не является основным фактором экономического роста [1].

В настоящее время назрела необходимость в пересмотре методологических подходов к развитию инновационной деятельности в России, адаптации известных, а при необходимости и разработке новых принципов и механизмов инновационного развития экономики исходя из существующих условий.

В современной экономической литературе разработке инновационной готовности предприятий региона посвящены работы многих авторов. В отличие от уже известных методик, которые оценивают показатели инновационной активности, финансовой устойчивости в отдельности, была разработана методика комплексной оценки готовности предприятий региона к инновационной деятельности путем построения матрицы оценки

^{*} Инженер кафедры «Управление инновациями»

^{*} Профессор кафедры «Управление инновациями», канд. экон. наук

готовности предприятий к инновациям с помощью расчета интегральных индексов финансовой устойчивости и патентной активности.

Численность инновационно-активных предприятий в РБ приближается к оценке в 70 единиц. В рейтинге регионов ПФО Республика Башкортостан по числу созданных передовых производственных технологий, также как и по внутренним затратам на исследования и разработки занимает 6 место, по числу организаций, ведущих подготовку аспирантов, докторантов – 4 место [3].

Оценить готовность предприятий к инновационной деятельности предлагается по двум показателям: интегральный индекс финансовой устойчивости и интегральный индекс патентной активности.

Интегральную оценку финансовой устойчивости предприятий проведем по интегральному индексу финансовой устойчивости.

Интегральный индекс финансовой устойчивости предприятий предлагается определять по формуле:

$$I_{\phi y} = I_{KA} \cdot I_{K\phi y} \cdot I_{K\phi} \cdot I_{KO3}, \quad (1)$$

где I_{KA} – индекс автономии;

$I_{K\phi y}$ – индекс финансовой устойчивости;

$I_{K\phi}$ – индекс финансового левериджа;

I_{KO3} – индекс обеспеченности запасов собственным капиталом.

А частный индекс финансовой устойчивости предприятий находим по формуле:

$$I_K = \frac{K_n}{K_o}, \quad (2)$$

где K_n – фактическое значение по каждому показателю;

K_o – оптимальное значение по каждому показателю;

K – соответствующий коэффициент.

Для интегральной оценки инновационной активности предприятий предлагается ввести индекс патентной активности, который определяем по формуле:

$$K_{\Pi A} = \frac{\Pi}{B_p}, \quad (3)$$

где Π – число патентных заявок;

B_p – выручка от реализации, выбираем в зависимости от предприятия по бухгалтерской отчетности (форме № 2).

Таблица 1

Данные для построения матрицы оценки готовности предприятий к инновациям за 2006 г.

Название предприятия	Интегральный индекс финансовой устойчивости	Интегральный индекс патентной активности
ОАО «БелЗАН»	-1,70	0,0016
ОАО «УТС-Туймазыхиммаш»	1,73	0,0001
ОАО «МЗ «Искра»	1,03	0,0266
ОАО «Туймазинский завод автобетоновозов»	6,60	0,0003

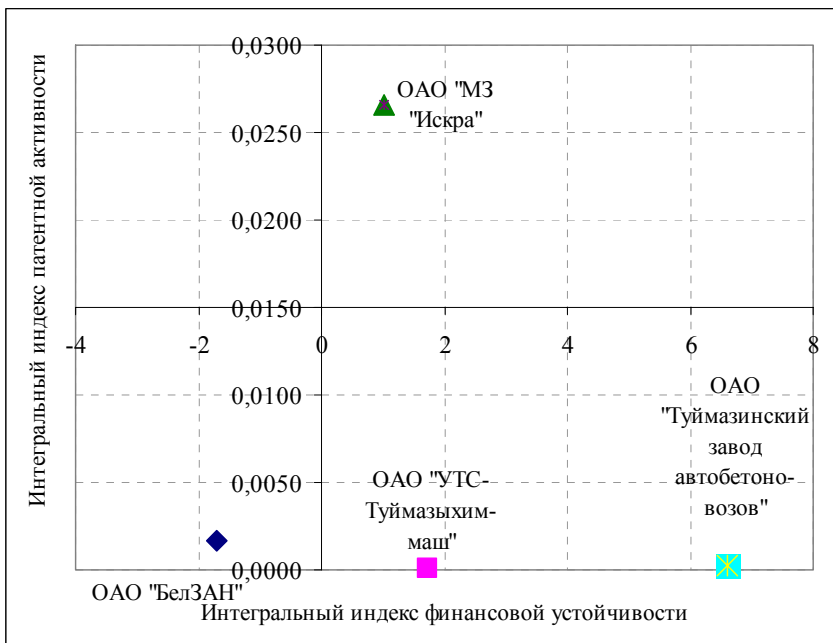


Рис. 1. Матрица оценки готовности предприятий к инновациям за 2006 г.

По показателям индексов финансовой устойчивости и патентной активности построена плоскость из четырех квадрантов. Квадранты определяют границы различных зон состояния интегральных показателей готовности предприятий к инновациям: от худшего (слева, внизу) до наиболее благоприятного (справа, вверху) Интегральные показатели представляются «точками» в соответствующих квадрантах, в зоне полученного значе-

ния. Цвет «точек» характеризует принадлежность интегрального показателя к какому-либо предприятию. Название предприятия поясняется соответствующей надписью возле «точки». По горизонтальной оси откладываются значения интегрального индекса финансовой устойчивости, а по вертикальной оси – значения интегрального индекса патентной активности.

Данные для построения матрицы оценки готовности предприятий к инновациям за 2006 г. приведены в табл. 1.

Оценивание готовности предприятий к инновационной деятельности позволит выработать стратегию инновационного развития региона для принятия управленческих решений.

Список литературы:

1. Заварзин А.А., Монастырский Е.А. Готовность предприятия создавать конкурентоспособную продукцию. // Инновации. – 2005. – № 7. – С. 91-94.
2. Тихомиров С.А. Инновационное направление регионального развития. // Инновации. – 2005. – № 7. – С. 31-36.
3. <http://www.minprom.bashkortostan.ru>.

РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ОТКРЫТЫХ ИННОВАЦИЙ

© Новак С.О.*

Иркутский государственный технический университет,
г. Иркутск

Было время, когда предприятия пытались решить все трудности инновационных процессов своими силами. С нарастанием процессов экономической интеграции, интернационализации хозяйственной деятельности, развитием глобализации и появлением новых информационно коммуникационных возможностей, прежде всего, Интернета, прошлые устои начинают изживать себя.

Способы при помощи, которых мы предлагаем идеи и выходим с ними на рынок, претерпевают фундаментальные изменения. В России в настоящее время существует тенденция к смещению парадигмы инноваций. Это смещение проявляется в том, как компании переводят свои промышленные знания на этап коммерциализации.

* Студент, кафедра Управления промышленными предприятиями

В модели закрытых инноваций, компании должны генерировать собственные идеи, затем разрабатывать их, затем создавать на их основе продукт, затем выходить с ним на рынок, там заниматься его распространением, после этого заниматься его обслуживанием, финансировать его и поддерживать, и все это компания должна осуществлять самостоятельно. Такая парадигма заставляла фирмы в полной мере надеяться только на себя, поскольку никто не мог быть уверен в качестве, наличии или характеристиках идей, предлагаемых другими. Логика такого неформального мышления, характерна для закрытых инноваций, была логикой, ориентированной на «внутренние решения».

Закрытые инновации, а точнее методы, которыми предприятия пользовались в XX веке, не всегда подходят для продвижения инноваций в веке XXI.

Под открытыми инновациями, как правило, понимают целенаправленные действия, направленные на реализацию различными организациями притока и оттока знаний, предпринимаемые с целью повышения их внутренней инновационной активности, для расширения возможностей использования инноваций во внешней среде [3].

Таблица 1

Сравнение принципов закрытых и открытых инноваций

Принципы закрытых инноваций	Принципы открытых инноваций
Ведущие специалисты в нашей области работают на нас	Не все ведущие специалисты в нашей области работают на нас. Мы должны работать с ведущими специалистами внутри и за пределами нашей компании
Чтобы получить прибыль от НИОКР, мы должны сами найти идею, разработать ее и вывести на рынок	На рынке есть много инновационных идей, которые могут принести прибыль. Отделу НИОКР необходимо позаботиться о том, чтобы часть этой прибыли досталась нашей компании
Если мы сами сделаем открытие, мы первыми выведем его на рынок	Нам не нужно быть первооткрывателями, чтобы получить прибыль от открытий
Компания, которая первая выводит инновацию, считается лидером рынка	Построить наиболее оптимальную бизнес-модель и разработать верную стратегию намного эффективнее, чем первым выйти на рынок
Если мы создадим самое большое количество и самые лучшие инновации в нашей отрасли, мы будем лидерами	Если мы сможем наилучшим образом использовать внутренние и внешние инновации, мы будем лидерами
Мы должны контролировать нашу интеллектуальную собственность, чтобы конкуренты не воспользовались нашими идеями	Мы должны получать прибыль от того, что другие будут пользоваться нашей интеллектуальной собственностью, а мы, в свою очередь, должны приобретать чужую интеллектуальную собственность, если это будет способствовать развитию нашей бизнес-модели

Новые подходы называют «открытыми инновациями», подразумевая при этом, что при управлении инновационными процессами организациям

не следует замыкаться на внутренней среде. Сравнивая особенности инновационной деятельности, осуществляемой на принципах открытости и закрытости (табл. 1), можно представить контрасты старых и новых подходов к разработке и реализации инноваций.

Наряду со сравнительным описанием старых устоев и новых подходов к реализации нововведений, можно привести схему открытых и закрытых инноваций, ставшую уже довольно известной (рис. 1).

На рис. 1 показан тоннель для описания инновационного процесса, сплошные и прерывистые границы которого наглядно демонстрируют сущность вчерашних и сегодняшних основ инновационной деятельности. В настоящее время бизнес вступает в новый этап инновационной деятельности, когда источники инновационного потенциала компаний находятся за их пределами. Большинству организаций следует задуматься о том, что они допускают серьезные ошибки, замыкаясь на внутренней среде. Это приводит к тому, что многие компании растрачивают свои ресурсы, порой просто дублируя инновационные разработки.

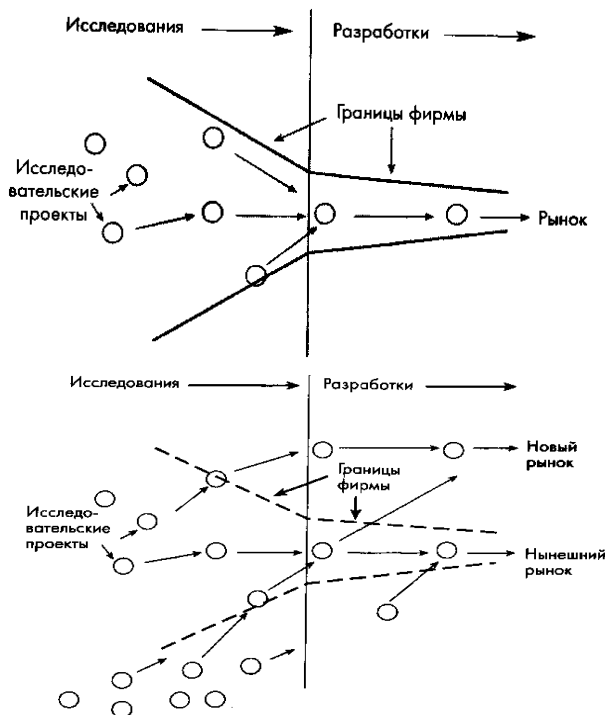


Рис. 1. Процессы реализации закрытых и открытых инноваций:

- а – концепция закрытых инноваций, используемая при управлении промышленными НИОКР;
- б – концепция открытых инноваций, используемая при управлении промышленными НИОКР

Скрывая результаты проведенных исследований, организации недополучают значительную долю прибыли, в отличие от тех компаний, которые, позволяют другим предприятиям использовать свои технологии. Особенно это касается университетов, лабораторий и т.п. организаций, которые занимаются научными разработками. В Российских университетах скопилось огромное количество научных работ, изобретений и т.д., которые могли бы приносить огромные прибыли не только этим учреждениям, но и всей стране. Со временем неиспользуемые инновации теряют свою привлекательность. Принцип, распространенный в закрытых инновациях, когда организации предпочитают складывать не используемые технологии на полку, именно так в настоящее время поступают большинство университетов в России. Сегодня нельзя относиться к идеям и людям, которые их создали, как к «складским» запасам компании. Огромный риск таится для тех, кто откладывает внедрение разработок «до лучших времен для бизнеса» и состоит в том, что они раз и навсегда могут потерять и людей и инновационные идеи, которые те разработали для компании [1].

Открытые инновации - это уже существующая практика, на которую важно обратить внимание. Теория не требует внесения кардинальных перемен и структурных изменений в управление компаниями. Многие компании (особенно западные корпорации) уже функционируют на принципах открытых инноваций, сами того не осознавая.

Можно лишь показать обозначившиеся мировые тенденции с тем, чтобы в дальнейшем развитие в области инновационного менеджмента проходило более системно, с учетом концепции, которая строится согласно принципам эволюционного развития международного экономического окружения.

При этом с сожалением следует констатировать, что на сегодняшний день тема открытых инноваций в России еще не получила широкого обсуждения в отечественной научной среде и предпринимательской практике.

Список литературы:

1. Чесбро Г. Открытые инновации / Пер. с англ. В.Н. Егорова. – М.: Поколение, 2007.
2. Трифилова А.А. Открытые инновации // Инновации. – 2008. – № 1.
3. Ванхавербеке В. Формирование и развитие теории открытых инноваций // Инновации. – 2008. – № 1.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК РЕСУРСНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА

© Шабалтина Л.В.^{*}, Кузнецова Н.П.[♦]

Уфимский государственный авиационный технический
университет, г. Уфа

Инновационный потенциал – это своего рода характеристика способности системы к изменению, улучшению, прогрессу. Структура инновационного потенциала может быть представлена единством трёх его составляющих ресурсной, внутренней и результативной, которые сосуществуют взаимно, предполагают и обуславливают друг друга и проявляются при использовании как его триединая сущность.

Человеческий капитал – это сформированный в результате инвестиций и накопленный конкретным человеком определенный запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые целесообразно используются в той или иной сфере общественного воспроизводства.

Приведенные рассуждения (уточнение сущности инновационного потенциала его структуры) являются основой для полной характеристики инновационного потенциала как объекта управления и, таким образом, способствуют выработке конкретных научно-практических рекомендаций по его формированию и эффективному использованию.

Инновационный потенциал любого предприятия или организации в общем виде включает предполагаемые или уже мобилизованные ресурсы и организационный механизм для достижения поставленной цели в области наукоемких технологических процессов, новых видов продуктов или их модификации, а также новых услуг. Инновационный потенциал это – мера готовности организации выполнять поставленные инновационные задачи.

Категорию «*Инновационный потенциал*» можно трактовать как способность системы к трансформации фактического порядка вещей в новое состояние с целью удовлетворения существующих или вновь возникающих потребностей (субъекта-новатора, потребителя, рынка и т.п.). При этом эффективное использование инновационного потенциала делает возможным переход от скрытой возможности к явной реальности, то есть из одного состояния в другое (а именно, от традиционного к новому).

^{*} Ассистент кафедры «Управление инновациями»

[♦] Инженер кафедры «Управление инновациями»

Следовательно, инновационный потенциал – это своего рода характеристика способности системы к изменению, улучшению, прогрессу.[1]

Структура инновационного потенциала может быть представлена единством трёх его составляющих ресурсной, внутренней и результативной, которые сосуществуют взаимно, предполагают и обуславливают друг друга и проявляются при использовании как его триединая сущность [2]. Более детально проанализируем содержание и значимость указанных составляющих.

Ресурсная составляющая инновационного потенциала, является своего рода «плацдармом» для его формирования. Она включает в себя следующие основные компоненты, имеющие различное функциональное назначение: материально-технические, информационные, финансовые, человеческие и другие виды ресурсов.

Более пристально мы рассмотрим следующую ресурсную составляющую инновационного потенциала *«человеческий капитал»*, который не просто выполняет обеспечивающую функцию, а выступает главной креативной силой, так как всё рождается именно в головах людей.

Термин *«человеческий капитал»* впервые появился в работах Теодора Шульца, экономиста, интересовавшегося трудным положением слаборазвитых стран. Теодор Шульц, получивший в 1979 году Нобелевскую премию по экономике, утверждал, что «благополучие людей зависит не от земли, техники или их усилий, а скорее от знаний». Он назвал этот качественный аспект экономики *«человеческим капиталом»*. Шульц, предложил следующее определение: «Все человеческие способности являются или врожденными, или приобретенными. Каждый человек рождается с индивидуальным комплексом генов, определяющим его врожденные способности. Приобретенные человеком ценные качества, которые могут быть усилены соответствующими вложениями, мы называем *человеческим капиталом*».

Человеческий капитал – это сформированный в результате инвестиций и накопленный конкретным человеком определенный запас здоровья, знаний, навыков, способностей, мотиваций, которые целесообразно используются в той или иной сфере общественного воспроизводства. Все перечисленное содействует росту производительности труда и эффективности производства и влияет на рост заработков (доходов) конкретного человека.

Для развития человеческого капитала необходимы значительные затраты и различные виды ресурсов как со стороны индивида, так и со стороны общества (государственных учреждений, частных фирм, семьи и т.д.). Навыки и способности, приобретаемые индивидом, накапливаются в виде запаса. Человеческий капитал, как и любой физический капитал, мо-

жет физически изнашиваться, терять свою стоимость экономически и амортизироваться.

Эффективность вложений в человеческий капитал довольно высока, но инвестиционный период более длительный, чем у физического капитала: до 12-20 лет [5].

Человеческий капитал в современной, интеллектуализированной, экономике неоднороден. Что представляют собой компоненты человеческого капитала в интеллектуальных ресурсах личности?

Биофизический капитал – это жизненные ресурсы личности, ее физический и психологический потенциал, рассматриваемые в контексте способности к созданию стоимости. Можно привести немало примеров, когда именно этот вид ресурсов является не только доминирующим, но и весьма дорогостоящим. Велико значение опосредованного влияния биофизических ресурсов как естественного, природного ограничения профессиональных возможностей личности (возраст, пол, состояние здоровья). Поэтому закономерно, что сегодня практически все исследователи рассматривают затраты на здравоохранение как инвестиции в человеческий капитал.

Другим важным компонентом человеческого капитала являются *социальные ресурсы личности*, то есть заложенный в человеке потенциал социального взаимодействия, его включенность в определенную социальную среду. В течение долгого времени социальные ресурсы личности определялись преимущественно происхождением человека, его принадлежностью к той или иной социальной группе. Иными словами, социальный капитал, являясь принадлежностью человека, не был обусловлен его индивидуальными заслугами, а был связан с экономикой скорее в потребительском, чем в созидательном плане.

Характеризуя свойства интеллектуальных ресурсов личности, отметим те, которые свойственны человеческому капиталу вообще:

1. Человеческий капитал неотчуждаем и, соответственно, неликвиден;
2. Человеческий капитал не храним;
3. Интеллектуальные человеческие ресурсы являются ресурсами двойного назначения, они двойственны с точки зрения их рыночной стоимости;
4. В процессе формирования человеческого капитала задействованы врожденные и сформированные в процессе воспитания способности личности [7].

Следует отметить, что указанная ресурсная составляющая «человеческий капитал» – это не собственно живые люди и не знания сами по себе. Это совокупность проинвестированных общественно целесообразных производственных и общечеловеческих навыков, знаний, способностей, которыми владеет человек, которые ему принадлежат, не отделимы от

него и практически используются в повседневной жизни [3]. Немаловажным является и то, что указанная компонента оказывает непосредственное влияние не только на ресурсную составляющую инновационного потенциала, но и на внутреннюю и, особенно, результативную.

Развитие России упирается в проблему «человеческого капитала». Пока нет ясного представления, как перевести этот капитал из пассива в актив, но саму подобную необходимость власть уже осознала.

Главное богатство России, как известно, природные ресурсы и люди. С природными ресурсами все более или менее ясно: нефть, газ, даже какой-нибудь калий – сегодня все это идет в дело, все приносит доход, рост капитализации, налоги и все такое прочее. С людьми сложнее. По многим показателям население России – уникальный ресурс [4].

Социальная политика патернализма предполагает отношение к человеку как пассиву, на который государство должно тратить деньги. Президент России Медведев, напротив, очевидно намерен выстраивать социальную политику, основанную на отношении к человеку как к активу, в который государство вкладывает деньги, – отсюда и интерес к теме человеческого капитала, причем именно в такой формулировке.

Другой составляющей инновационного потенциала, не менее важной, чем ресурсная, является *результативная составляющая*, она выступает отражением конечного результата реализации имеющихся возможностей (в виде нового продукта или услуги, полученного в ходе осуществления инновационного процесса). Таким образом, она – своего рода целевая характеристика инновационного потенциала. Важность этой составляющей и целесообразность обособленного выделения подтверждается тем, что ее увеличение, способствует развитию остальных составляющих (ресурсной). Другими словами результативная составляющая, сама, являясь результатом количественного и качественного изменения, несет в себе потенциальные возможности вывода на новый уровень функционирования, как инновационного потенциала, так и системы в целом [6].

Третьей составляющей инновационного потенциала, является *внутренняя составляющая* – так называемый «рычаг», обеспечивающий эффективность функционирования всех предыдущих элементов. Она характеризует возможность целенаправленного осуществления инновационной деятельности, то есть определяет способность системы на принципах коммерческой результативности привлекать ресурсы для создания и распространения различного рода новшеств. Таким образом, внутреннюю составляющую можно охарактеризовать через процессы создания и внедрения нового продукта, обеспечения взаимосвязи новатора с наукой, предоставляющей прогрессивные идеи, и рынком, потребляющим готовый продукт, а также методы и способы управления инновационным про-

цессом. Указанная составляющая является довольно сложной и важной [2].

В заключение, можно отметить, что проблема формирования экономической сущности инновационного потенциала, является сложной, многоаспектной и нуждается в дальнейшем изучении. Более пристально мы рассмотрели один аспект «человеческий капитал». Приведенные рассуждения (уточнение сущности инновационного потенциала его структуры) являются основой для полной характеристики инновационного потенциала как объекта управления и, таким образом, способствуют выработке конкретных научно-практических рекомендаций по его формированию и эффективному использованию.

Список литературы:

1. Кравченко С.И., Кладченко И.С. Исследование сущности инновационного потенциала // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. Выпуск 68. – Донецк, ДОНТУ, 2003. – С. 88-96.
2. Кокурин Д.И. Инновационная деятельность. – М.: Экзамен, 2001. – 575 с.
3. Бородина Е. Человеческий капитал как основной источник экономического роста // Экономика Украины. – 2003. – № 7. – С. 48-53.
4. Громов А. Медведев и человеческий капитал // Эксперт. – № 14 (555). 9 апреля 2007 г.
5. Думова И.И., Колесникова М.В. «Инвестиции в человеческий капитал», Инвестиции Invest.RIN.RU. – Российские и иностранные инвестиции.
6. Жак Фиценс Человеческий капитал: как измерить и увеличить его стоимость. – www.Elitarium.ru.
7. Климов С.М., докт. экон. наук, профессор, ректор Санкт - Петербургского института внешнеэкономических связей, экономики и права. «Ваш человеческий и социальный капитал».

Секция 7

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

РЕГИОНАЛЬНАЯ СФЕРА УСЛУГ: ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ

© Борисов Е.Н.*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

В статье рассматривается современный подход к управлению функционированием и развитием региональной сферы услуг. Представлена концепция формирования и развития системы управления региональной сферы услуг.

Современный подход к управлению функционированием и развитием региональной сферы услуг признает взаимозависимость управления данной сферой и экономикой региона в целом, указывая на необходимость учета этой взаимозависимости при проектировании систем и управлении ее информационной и других обеспечивающих подсистем, а также иных процессов и систем. Система управления региональной сферы услуг будет рассматриваться как комплекс, состоящий из нескольких подсистем, таких как подсистема организационного обеспечения, информационного обеспечения, ресурсного обеспечения, методического обеспечения и правового обеспечения.

Результатом функционирования системы (выходом) управления является совокупность организованных взаимосвязанных управленческих решений.

Процесс управления должен протекать организованно, его можно рассматривать как динамическую совокупность взаимосвязанных, логически вытекающих один из другого этапов. Тем не менее, процесс управления – это не простая последовательность операций и не процедура, смысл которой в том, что одно событие обязательно должно произойти вслед за другим. Процесс требует большой гибкости и управленческого искусства, проявляющиеся в возможности обойти определенные его моменты как не соответствующие поставленным целям, что в принципе невозможно в процедуре. Субъект управленческой деятельности не просто выполняет предписанные ему функции, а действует творчески и способен к изменениям характера действия, если этого требуют обстоятельства.

В свою очередь процесс управления неразрывно связан с подготовкой и принятием решений о целях и стратегиях, руководством исполнением решений и контроля. Следовательно, никакая процедура управления не будет до конца системной без упорядоченного подхода к принятию и реа-

* Аспирант

лизации решений. Рассмотрение процесса принятия управленческих решений как составной части процесса управления позволяет ликвидировать такое «узкое место» как «невозможность формализовать каждую проблему» посредством использования системного анализа. При рассмотрении относительно слабоструктурированных проблем модели принятия управленческих решений строятся на основе методов субъективных изменений, а принятия управленческих решений может быть просто хорошо структурированным процессом их всестороннего обсуждения.

Все теоретические, методические и практические вопросы по разработке, функционированию и развитию системы управления должны быть обоснованы и изложены в соответствующих нормативно-методических документах международного, федерального, регионального уровня. Целью данной подсистемы является обеспечение унификации, взаимозаменяемости и преемственности вопросов управления, регламентированных на верхнем уровне для нижестоящего уровня. Подсистема ресурсного обеспечения системы управления призвана своевременно обеспечивать ее необходимыми видами ресурсов требуемого количества и качества.

Для осуществления управления крайне важна релевантная информация, позволяющая составить представление о перспективах объекта управления. Сбор информации и ее организация посредством поэтапного логического анализа, выявление и оценка важнейших настоящих и будущих аспектов бизнеса позволяют разработать совокупность стратегий, приемлемых по затратам, выгоде и риску, оптимизирующих деятельность в региональной сфере услуг, что и предопределяет необходимость включения информационной подсистемы в систему управления.

Формирование системы управления является оправданным при условии, что процесс управления с самого начала правильно организован. Существенный вклад в результаты управленческой деятельности оказывает организационная культура субъекта управления, который не является изначально предопределенным состоянием. Именно она обозначает интересы индивидов, процедуры, личные ценности, формы полномочий и ответственности. Для достижения успехов в управлении необходимо ориентировать систему управления на будущую культуру управления, будущее мышление. Правовое обеспечение системы управления основано на законодательных и нормативных актах по различным вопросам разработки, функционирования и развития системы, принятых на федеральном, региональном уровнях.

Следовательно, реализация предложенной концепции формирования и развития системы управления позволит поставщикам услуг повысить стабильность своего развития, а значит и эффективность использования имеющихся ресурсов, проявляющуюся в положительной динамике основ-

ных результирующих показателей хозяйственной деятельности данных поставщиков услуг.

Региональный уровень управления сферой услуг предполагает решение социальных вопросов. В связи с этим представляется целесообразным рассмотрение структуры социально-значимых услуг, позволяющей сделать вывод о том, что объемы потребления услуг по Самарской области, кроме услуг пассажирского транспорта, превышают общероссийский уровень. Наибольшее превышение потребления услуг, по сравнению с общероссийским уровнем, наблюдается по услугам системы образования, коммунальным услугам, услугам связи, туристско-экскурсионным услугам. Это обусловлено увеличением расходов семей на платные услуги, что свидетельствует о росте платежеспособного спроса населения и расширении возможностей жителей губернии в повышении образовательного и культурного уровней, доступности к современным средствам связи, услугам индустрии отдыха.

Таблица 1

Структура социально-значимых, платных услуг, реализованных в Самарской области в 2006 г., %

Виды услуг	Самарская область	РФ
Услуги системы образования	10,17	9,02
Медицинские услуги	5,6	5,81
Коммунальные услуги	18,8	19,63
Жилищные услуги	4,39	4,69
Услуги связи	18,24	17,78
Транспортные услуги	15,42	15,55
Бытовые услуги	19,97	10,52
Туристско-экскурсионные услуги	5,2	4,8
Прочие услуги	11,21	12,2

Достигнутое преимущество Самарской области в развитии сферы услуг, а также рост платежеспособного спроса населения определяют повышение инвестиционной привлекательности отраслей, формирующих сферу услуг, стимулируют создание новых рабочих мест, сокращают социальную напряженность в регионе. Следовательно, проблемы совершенствования управления функционированием и развитием сферы услуг приобретают особую значимость и требуют незамедлительного решения на уровне региона.

Список литературы:

1. Некрасов Н.Н. Региональная экономика: Теория, проблемы, методы. – 2-е изд. – М.: Экономика, 2002. – 344 с.

2. Репин В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / Под ред. В.В. Репин, В.Г. Елиферов. – М.: Стандарты и качество, 2004. – 404 с.

3. Сфера услуг: новая концепция развития / Под ред. В.М. Рутгайзера. – М.: Инфра, 2005. – 324 с.

ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ АПК АЛТАЙСКОГО КРАЯ

© Зайков С.Н.*

Алтайский государственный аграрный университет, г. Барнаул

В статье рассмотрен кредитно-финансовый механизм развития АПК Алтайского края. Анализ показал, что уровень государственной поддержки АПК Алтайского края является недостаточным для коренного изменения состояния агропромышленного комплекса.

Credit und financial mechanism of development of agro-industrial complex of the Altai Territory is discussed in the article

The analysis shows, that level of state support for agro-industrial complex of the Altai Territory is not enough for basic improvement of it.

В распоряжении Правительства РФ от 19.01.2006 №38-р «О программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006-2008 годы)» впервые конкретизированы некоторые из показателей национального проекта «Развитие АПК». Так, реализация сценария ускоренного развития животноводства с ориентацией на внутренний рынок позволит увеличить производство мяса на 7 %, молока – на 4,5 % при стабилизации поголовья крупного рогатого скота на уровне не ниже 2005 г. Реализация мер по развитию зернового экспортного потенциала позволит довести производство зерна в 2008 г. до 85 млн. т., 2010 г. – до 100 млн. т., в 2015 г. – 15 млн. т. Потенциальные возможности по экспорту зерна составят в 2008 г. – 12,4 млн. т., в 2015 г. – 15 млн. т. Уровень занятости сельского населения в трудоспособном возрасте возрастет к 2008 г. до 80,3 %, доля сельского населения с доходами ниже прожиточного минимума сократится до 38,5 %.

Основным механизмом достижения поставленных целей по ускоренному развитию предприятий АПК является формирование эффективного

* Доцент кафедры «Финансы и кредит», канд. сель.-хоз. наук

финансово-кредитного механизма и расширение доступности кредитных ресурсов для товаропроизводителей.

В соответствии с ФЗ «О федеральном бюджете на 2006 год» господдержка сельскохозяйственного производства была предусмотрена в виде субсидий в размере 22440 млн. руб. (на субсидирование процентных ставок по привлеченным кредитам в российских кредитных организациях – 7675 млн. руб.; на дизельное топливо – 500 млн. руб.; закладку и уход за многолетними насаждениями – 369,7 млн. руб.; поддержку элитного семеноводства – 260,2 млн. руб.; племенного животноводства – 745 млн. руб.; компенсацию части затрат на страхование сельскохозяйственных культур – 2998,5 млн. руб.). На реализацию национального проекта «Развитие АПК» предусмотрено субсидий в размере 5350 млн. руб.

Даже относительно незначительная поддержка государством АПК России (в среднем около 5 копеек на 1 рубль выручки от реализации продукции) обеспечила с 2002 г. непрерывный рост прибыли и рентабельности предприятий АПК.

Так как на уровне субъекта федерации имеется единый орган государственной власти, призванный не только руководить народным хозяйством, но и обеспечивать его экономическую целостность, а также выраженное стремление к самообеспечению продовольствием [1], региональные АПК в масштабе субъекта федерации остаются важнейшей структурной единицей АПК Российской Федерации.

Приоритетными направлениями государственной поддержки АПК Алтай за счет средств федерального бюджета были следующие:

На реализацию программ по развитию растениеводства в 2006 г. фактически поступило в краевой бюджет 473, 642 млн. руб. Из них 24, 058 млн. руб. – субсидии на поддержку элитного семеноводства; 15, 639 млн. руб. – на производство льна и конопли; 3,8 млн. руб. – на закладку и уход за многолетними насаждениями; 430, 145 млн. руб. – компенсация части затрат по страхованию сельскохозяйственных культур.

Субсидии на поддержку племенного животноводства составили 8,658 млн. руб.

Всего на финансирование мероприятий в области сельского хозяйства Алтайского края в 2006 г. из федерального бюджета поступило 1081,168 млн. руб., в том числе на реализацию Приоритетного национального проекта «Развитие АПК» – 70,833 млн. руб. (табл. 1).

Из краевого бюджета в 2006 г. мероприятия в области сельского хозяйства фактически профинансированы на 843, 251 млн. руб. Из них по краевой целевой программе «Стабилизация и развитие сельскохозяйственного производства» фактически поступило 205, 416 млн. руб., в том числе 64,5 % (132, 560 млн. руб.) было выделено на мероприятия в растениеводстве и 26,8 % (55, 109 млн. руб.) – на поддержку животноводства.

Таблица 1

Господдержка сельскохозяйственного производства Алтайского края
в 2006 г., млн. руб. (Фактическое финансирование)

Показатели	В целом по России из федерального бюджета	По Алтайскому краю из федерального бюджета	гр. 3 в % к гр. 2	По Алтайскому краю из краевого бюджета	гр. 5 в % к гр. 2	Итого гос. поддержка пред-ий АПК Алт. края	гр. 7 в % к гр. 2
1	2	3	4	5	6	7	8
Субсидирование процентных ставок по привлеченным кредитам в кредитных организациях	7675	174,560	2,27	3,859	0,05	178,419	2,32
Субсидии на дизельное топливо	5000	353,475	7,07	-	-	353,475	7,07
На закладку и уход за многолетними насаждениями	369,7	3,800	1,03	1,559	0,42	5,359	1,45
На поддержку элитного семеноводства	260,2	24,058	9,25	33,08	12,71	57,138	21,96
На производство льна и конопли	-	15,639	-	0,789	-	16,428	-
На поддержку племенного животноводства	745	8,658	1,16	25,650	3,44	34,308	4,61
На компенсацию части затрат на страхование сельскохозяйственных культур	2898,5	430,145	14,84	1,129	0,04	431,274	14,88
Прочие субсидии	141,6	0	x	770,502	544,14	770,502	544,14
На реализацию нац-го проекта «Развитие АПК»	5350	70,833	1,32	6,683	0,12	77,516	1,45
Итого	22440	1081,168	4,82	843,251	3,76	1924,419	8,58

В целом на поддержку сельскохозяйственной отрасли Алтайского края в 2006 г. из федерального бюджета было выделено 5 % средств от объема, заложенного на поддержку всего АПК России (табл. 1). Однако результаты сельскохозяйственного производства животноводческой продукции показали, что в 2006 г. производство мяса скота и птицы на убой снизилось на 7,2 % и составило 60005,6 тонн, в том числе: по крупному рогатому скоту снижение составило 11,1 %, по мясу овец – 59,6 %. Производство молока снизилось на 2,3 %.

Положительная тенденция сохранилась только в птицеводстве. Производство мяса птицы выросло на 23 %, а производство куриных яиц – на 8%.

Подобная тенденция объясняется неэффективностью кредитно-финансового механизма в области поддержки животноводства, а также низким платежеспособным спросом населения. [1] Статистический анализ

показал, что среди факторов, ограничивающих развитие деятельности организаций оптовой торговли в Алтайском крае в 2006 г. неплатежеспособность покупателей в % от числа обследуемых организаций составила – 78 %. Следовательно, высокая себестоимость и, как следствие, высокая розничная цена продукции животноводства (кроме птицеводства) не «по карману» большинству населения края.

Кроме того на динамику сельскохозяйственного производства края повлияло миграционное снижение населения, которое в 2006 г. составило 7167 человек (- 28,3 на 10 тыс. чел. в среднем), что на 765 человек больше, чем в 2005 г. Экономически активное население покидает депрессивный регион, что также снижает уровень спроса на продукты питания в целом.

В растениеводстве края в 2006 г. наблюдалась та же тенденция. Так объем отгруженных зерновых и зернобобовых культур снизился на 7,2 % и составил 1262551 т., в том числе пшеницы – на 15,9 %. Положительная тенденция наблюдалась только по производству масличных культур (прирост за год – 24,6 %).

Ряд правительственных постановлений о порядке субсидирования АПК значительно расширил круг потенциальных заемщиков и увеличил сроки предоставления кредитов. Так, в 2006 году утверждена новая редакция правил предоставления из федерального бюджета субсидий на возмещение части затрат на уплату процентов, во-первых, по инвестиционным кредитам, полученным сельхозпроизводителями и организациями АПК всех организационно-правовых форм, а также фермерскими хозяйствами на срок до 8 лет; во-вторых, по кредитам, полученным гражданами, ведущими личное подсобное хозяйство, в российских кредитных организациях на срок от 2 до 5 лет.

Субсидия предоставляется заемщику из бюджета субъекта РФ ежемесячно при условии своевременных погашения кредита и уплаты процентов, начисленных в соответствии с кредитным договором, заключенным с банком – в размере 95 % ставки рефинансирования (учетной ставки) ЦБ РФ, действующей на дату предоставления кредита.

В случае если процентная ставка по кредиту ниже ставки рефинансирования ЦБ РФ, субсидия крестьянским (фермерским) хозяйствам предоставляется в размере 95 процентов фактических затрат на уплату процентов. При расчете размера субсидии предельная процентная ставка по кредиту, привлеченному в иностранной валюте, устанавливается в размере до 12 % годовых. Субсидия предоставляется исходя из курса рубля к иностранной валюте, установленного ЦБ РФ на дату осуществления затрат.

Субсидии на компенсацию процентной ставки ЛПХ (по краевой программе) на 2006 год фактически составили 3,859 млн. руб. 341 тыс. руб. от заложенной суммы (4,2 млн.) остались невостребованными, что объясняется слабым информационным обеспечением льготных кредитов и неко-

торой сложностью их оформления для малограмотных в экономическом отношении жителей сельхозглубинки. Субсидии процентных ставок по краткосрочным и инвестиционным кредитам из федерального бюджета в размере 174,560 млн. руб., выданным в основном предприятиям АПК были использованы в пределах лимита без переходящих остатков.

Конечно, об эффективности финансирования сельского хозяйства можно судить лишь по прошествии времени. Кроме того, результат финансирования здесь не так очевиден, так как эффективность сельского хозяйства зависит от множества независимых от человека и мало поддающихся планированию факторов, прежде всего природно - климатических и погодных условий, а также особенностей предметов труда – биологических объектов, процесс размножения, роста и развития которых, напротив подчиняется строгим требованиям биологических законов, которыми нельзя пренебречь.

Однако с уверенностью можно констатировать, что государственное финансирование предприятий АПК в России и Алтайском крае, в частности, является недостаточным. Себестоимость сельскохозяйственной продукции такова, что сдерживается низким платежеспособным спросом населения, в то время как потребление продуктов животноводства в стране продолжает оставаться ниже нормы на 30 %, а молока – на 40 %. Высокая себестоимость обусловлена не только экстенсивным направлением развития сельскохозяйственных предприятий постсоветского пространства, но и огромными территориями при низкой плотности населения и плохой дорожной доступности.

Ситуация такова, что рядовой гражданин Евросоюза при средней зарплате в рублевом эквиваленте по курсу евро – 50-70 тыс. руб. может купить свинину в супермаркете по цене 75 руб. за кг., мясо курицы – по 35 рублей за кг и т.д. В то время как гражданин России при средней зарплате около 10 тыс. руб. покупает эти же продукты по цене в 1,5-2 раза выше.

Актуальность вопросов финансирования АПК обусловлена также тем, что после затяжного кризиса времен перестройки сельскохозяйственные предприятия нуждаются в огромных инвестициях, способных перевести процесс на интенсивный путь развития за счет новых технологий и новых ресурсов. В противном случае вхождение России в ВТО приведет к абсурдной ситуации: страна с самыми большими по площади сельскохозяйственными угодьями станет самым крупным импортером сельскохозяйственной продукции [4]. Кроме того, огромная доля импорта в объеме потребляемой сельскохозяйственной продукции сохраняет зависимость российской экономики от внезапных колебаний конъюнктуры зарубежных рынков и порождает постоянную угрозу импортируемой инфляции. Как следствие возрастают страновые риски, под угрозу ставится выполнение федеральных и региональных социальных программ.

Список литературы:

1. Алтухов А.И. Российский АПК: Современное состояние и механизмы развития: монография / А.И. Алтухов, В.А. Кундиус. 2-е изд., испр. и доп. – М.: ФГУП «ВО Минсельхоза России»; Барнаул: Изд-во АГАУ, 2006. – 723 с.
2. Антонов Г.М. О мерах по повышению эффективности кредитного механизма АПК (территориальный аспект) // Экономика сельского хозяйства и перерабатывающих предприятий. – 2006. – № 3. – С. 46-48.
3. Басалаева Е.В. Об эффективности государственного финансирования АПК // Финансы. – 2006. – №7. – С. 19-24.
4. Крылатых Э.Н., Строкова О.Г. Аграрные аспекты вступления стран СНГ в ВТО. – М.: Энциклопедия российских деревень, 2002. – 165 с. (Науч. тр. ВИАПИ, вып. 6)
5. Шишкина Ю.Н. О роли сельской кредитной кооперации. / Экономические механизмы реализации национального проекта «Развитие АПК» на региональном уровне: Сборник материалов Международной научно-практической конференции, посвященной 15-летию Саратовского РИППК РКС АПК. – Саратов: Научная книга, 2006. – С. 379-382.

ПРЕОДОЛЕНИЕ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ НА РЫНКЕ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

© Катаева Ю.В.*

Пермский государственный университет, г. Пермь

В статье рассматриваются механизмы преодоления асимметрии информации и возможности их реализации на рынке жилищного строительства. Основное внимание уделено оценке репутации фирмы-застройщика.

Одной из причин снижения уровня конкуренции и установления монопольной власти отдельными хозяйствующими субъектами на рынке жилищного строительства является неполнота и асимметричность информации. Неполнота информации влияет на особенности функционирования рассматриваемого рынка и создает возможность злоупотребления неинформированностью покупателей со стороны продавцов жилья. Экономические агенты, приобретающие жилье во вновь создаваемых объектах жилищного строительства, несут дополнительные трансакционные издерж-

* Старший преподаватель кафедры Экономической теории и мировой экономики

ки, связанные с необходимостью поиска информации о качественных характеристиках новых объектов жилищного строительства, репутации фирм-застройщиков, возможностях успешного завершения строительства и сдачи объектов в эксплуатацию. Поскольку жилье относится к категории товаров, качество которых затруднительно определить даже после потребления (в связи с достаточно длительным сроком эксплуатации жилья), постольку на рынке данного типа возникает риск «недобросовестного поведения». Сохраняющаяся тенденция роста доли жилья, находящегося в незавершенном строительстве, свидетельствует о том, что проблема «риска недобросовестности контрагента», связанная с асимметричной информацией проявляется на рынке жилищного строительства достаточно остро. Данное обстоятельство побуждает покупателей более серьезно относиться к выбору фирмы – застройщика и объекта строительства, в котором приобретается жилье.

Существует ряд механизмов, с помощью которых можно решить проблему «риска недобросовестного поведения» и «негативного отбора». Рассмотрим возможности их реализации на рынке жилищного строительства. Один из наиболее простых вариантов – это наличие на рынке покупателей, осведомленных о качестве товара. Присутствие потребителей, информированных о качестве товара, наиболее вероятно при условии неоднократного совершения покупок. Данное условие малоприменимо к рассматриваемому рынку, поскольку в силу специфичности жилья как товара (высокая стоимость), для большого числа потребителей такая покупка в течение даже всей жизни может носить однократный характер. Условие, при котором фирма будет заинтересована в производстве товара высокого качества, выглядит следующим образом:

$$\alpha > (AC_1 - AC_0) / (\theta - AC_0) [1],$$

где α – доля осведомленных о качестве товара покупателей;

θ – готовность потребителя платить за товар высокого качества;

AC_0 – средние издержки производства товара низкого качества;

AC_1 – средние издержки производства товара высокого качества.

Поскольку жилье является дорогостоящим товаром, максимальная готовность платить за высококачественный товар на данном рынке невысока. Следовательно, минимальная доля осведомленных покупателей, достаточная для того, чтобы заинтересовать продавца к предложению качественного товара должна быть велика. Фирма будет тем больше заинтересована в предложении качественного товара, чем выше будет доля информированных покупателей на рынке. Жилье является уникальным товаром, и возведение объекта жилищного строительства всегда формирует на рынке предложение абсолютно нового товара неизвестного качества, что

также ограничивает присутствие на рынке информированных потребителей. Поэтому у фирм на рынке жилищного строительства может возникнуть искушение в предложении товаров низкого качества.

Одна из возможностей разрешить проблему асимметричной информации о качестве – это информирование покупателей. Сигналами о высоком качестве товара для покупателей могут служить расточительные расходы и низкая входная цена.

Расточительные расходы будут служить сигналом о качестве, если они настолько велики, что фирма не может покрыть их из текущей выручки за небольшой промежуток времени и покупатель осведомлен об этом [1]. Рассматривая рынок жилищного строительства, можно отметить, что в силу особенностей создаваемого на данном рынке товара, расточительные расходы (например, расходы на рекламу возводимого объекта жилищного строительства) будут представлять собой инвестиции в репутацию именно данного жилищного объекта. Все будущие объекты жилищного строительства будут представлять собой качественно иной товар, требующий новых рекламных расходов, как сигналов их качества. Поэтому продавцам на данном рынке целесообразно осуществлять расточительные расходы, только если рассматривать их как инвестиции в репутацию фирмы-застройщика. Продавец сможет получать «премию за качество» в будущем, только если покупатели ориентируются при покупке жилья на качество ранее возведенных застройщиком объектов жилищного строительства. Эффективность данного сигнала о качестве достаточно ограничена, поскольку он охватывает только покупателей, совершающих повторные покупки у данного предприятия-застройщика. В силу малой вероятности совершения повторных покупок на рынке жилищного строительства круг таких покупателей и сегмент охвата данным сигналом очень узок. Кроме того, эффективность расточительных расходов ограничена уровнем экономической грамотности покупателей, т.е. их способностью оценить объем затрат фирмы на рекламу и уровень ее издержек [1].

Это же замечание касается низкой входной цены на товар как одного из сигналов о качестве. Чтобы покупатель смог разграничить товары разного качества необходимо, чтобы продавец высококачественного товара выбрал такую стратегию, которой невыгодно придерживаться продавцу низкокачественного товара. При нулевой готовности покупателя платить за товар низкого качества, продавец низкокачественного товара не назначит цену ниже средних издержек, поскольку однократная продажа приведет к отказу от повторных покупок, и продавец не сможет компенсировать полученные убытки [1]. Продавец товара высокого качества может назначить на входе цену ниже средних издержек производства товара низкого качества, сигнализируя покупателю тем самым о качестве товара. Низкая входная цена будет приемлема, если продавец товара сможет в

будущем получить неотрицательную экономическую прибыль. Продавец применяет данную стратегию в расчете на повторные покупки покупателей. Поскольку на рынке жилищного строительства вероятность повторных покупок достаточно мала, это может свидетельствовать о неприменимости данного способа информирования покупателей. В силу уникальности жилья как товара, продавцу высококачественного товара нецелесообразно назначать низкую входную цену, поскольку в следующем периоде покупатели не смогут осуществить покупку данного товара (жилье в новом объекте жилищного строительства будет представлять качественно новый товар).

Таким образом, данные сигналы позволяют покупателю получать косвенную информацию о качестве товара. Эффективность рассмотренных сигналов на рынке жилищного строительства ограничена специфичностью предлагаемого товара и способностью покупателей адекватно воспринимать и перерабатывать данные сигналы. Кроме того, слабым местом рассмотренных стратегий информирования покупателей о качестве является пренебрежительно малая вероятность совершения повторных покупок.

Для преодоления ограниченности данных стратегий возможно использовать сигналы о качестве, адресованные не покупателям, совершающим повторные покупки, а потенциальным покупателям. Одним из действенных способов убеждения потенциальных покупателей в высоком качестве товара, предлагаемого на рынке жилищного строительства, является репутация фирмы-застройщика.

Компании-застройщику, обладающей высокой репутацией, может быть невыгодна продажа некачественного товара, поскольку дополнительная прибыль от продажи такого товара может и не компенсировать потери от утраты репутации. У предприятия-застройщика в будущем могут возникнуть трудности, связанные не только с продажей продукции по цене высококачественного товара, но и с возможностью его реализации (большая доля квартир на этапе строительства и после его завершения может оставаться нераспроданной). Величина потерь фирмы-застройщика от утраты репутации можно оценить следующим образом:

$$\rho\delta(\theta - AC_1) / (\theta - \rho\delta) [1],$$

где ρ – вероятность того, что в период $t + 1$ фирма будет осуществлять строительство новых объектов,

δ – дисконтирующий множитель, отражающий межвременные предпочтения.

Таким образом, для фирмы-застройщика, планирующей свою дальнейшую деятельность на рынке жилищного строительства (ρ велико) по-

тери от утраты репутации могут быть слишком высоки, что удержит ее от использования асимметричной информации о качестве для продажи низкокачественного товара.

Поэтому для решения проблемы асимметричной информации на рынке жилищного строительства и формирования у покупателей правильного представления о качестве жилья требуется оценить репутацию фирмы-застройщика. С учетом того, что репутация фирмы-застройщика – многоаспектное явление, формирующееся под влиянием множества факторов, нами предложена методика комплексной оценки репутации. Введем комплексный показатель репутации предприятия – застройщика (R), который может быть рассчитан на основе следующих индикаторов:

1. Индикатор качества жилья, возведенного предприятием – застройщиком (X_1).
2. Индикатор надежности и стабильности предприятия – застройщика (X_2).
3. Индикатор значимости предприятия – застройщика в регионе (X_3).
4. Индикатор социальной ответственности предприятия – застройщика (X_4).

Каждому индикатору на основе экспертных оценок, может быть присвоен собственный вес, отражающий значимость различных факторов в формировании репутации:

$$R = \lambda_1 X_1 + \lambda_2 X_2 + \lambda_3 X_3 + \lambda_4 X_4,$$

где λ_i – вес i -го индикатора в комплексном показателе.

Рассмотрим подробнее составляющие каждого индикатора. Для вычисления индикатора качества жилья (X_1) используются индикаторы промежуточного уровня, отражающие различные аспекты качества жилья, и имеющие свои веса в данном индикаторе, и показатели нижнего уровня, с помощью которых будет производиться расчет промежуточных индикаторов:

- индикатор территориальных характеристик жилья: показатели местоположения, транспортной доступности, плотности заселения;
- индикатор технических характеристик жилья: строительно-архитектурные показатели, показатели внутренней планировки, показатели инженерного обеспечения;
- индикатор качества окружения: показатели внутренней и внешней инфраструктуры, социального окружения, экологические показатели;
- индикатор качества жилищного обслуживания.

Для расчета индикатора надежности и стабильности предприятия – застройщика (X_2) могут быть использованы показатели исполнения теку-

щих налоговых обязательств перед бюджетами всех уровней и внебюджетными фондами, коэффициент продолжительности работы застройщика на строительном рынке, показатели доли жилья застройщика, сооружение которого законсервировано, временно приостановлено или окончательно прекращено, финансово-экономические показатели.

Индикатор значимости предприятия – застройщика в регионе (X_3) рассчитывается на основе показателей ввода жилья в эксплуатацию, расселенного ветхого и аварийного жилья, созданных новых объектов городской инженерной инфраструктуры, численности занятых на предприятии, величины налоговых отчислений в бюджет.

Расчет индикатора социальной ответственности предприятия – застройщика (X_4) предполагает использование таких промежуточных показателей, как: показатели социальной защищенности членов трудового коллектива (повышение квалификации работников, мероприятия по улучшению условий труда и укреплению здоровья работников, мероприятия по улучшению жилищно-бытовых и социальных условий работников и членов их семей); показатели введенного жилья по программе «Доступное и комфортное жилье – гражданам России»; участие в финансировании социальных программ; показатели введенного и переданного жилья в муниципальный жилищный фонд.

Преодоление асимметрии информации на рынке жилищного строительства на основе оценки репутации предприятий – застройщиков будет способствовать снижению степени монопольного влияния отдельных хозяйствующих субъектов и формированию конкурентной среды на данном рынке.

Список литературы:

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. – М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1998.
2. Вурос А., Розанова Н. Экономика отраслевых рынков. – М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2000.

О ПОДХОДЕ К СОЗДАНИЮ ИНТЕГРИРОВАННЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ СИСТЕМ

© Королев Д.В.*

Орловский государственный технический университет, г. Орёл

* Аспирант кафедры «Государственное управление и финансы»

Общепризнанной сегодня является необходимость перехода российской экономики на инновационный путь развития, необходимость структурной перестройки экономики. В тоже время реальные изменения и повышение инновационной динамики происходят, к сожалению, далеко не теми темпами, которые способны обеспечить конкурентоспособность российской экономики на мировом рынке.

Решение этой проблемы должны обеспечить органы государственного управления. Оно невозможно без системного совершенствования сферы информационного обеспечения органов власти, без комплексного применения современных информационных технологий в области государственного управления. Ситуация, когда управленческое решение принимается на основе интуитивных представлений о конечном результате, является недопустимой. Однако на практике принимаемые управленческие решения далеко не всегда имеют достаточное обоснование.

Современные интегрированные информационно-управленческие системы способны создать условия для значительного повышения качества принимаемых управленческих решений. Формируя адекватную и целостную модель происходящих в регионе социально-экономических процессов, они не только обеспечивают органы государственного управления качественной информацией, но и позволяют проводить моделирование различных решений, тем самым прогнозируя последствия принятия решений.

Сейчас многие регионы России (см., например, [1], [2], [3]) имеют опыт создания и использования информационно-управленческих систем, предназначенных для поддержки работы органов государственного управления, но полностью приемлемых и готовых к тиражированию систем пока не создано.

Повышение качества государственного управления сопряжено в значительной степени с решением крупной общегосударственной задачи – построением единого информационного пространства (ЕИП) [4]. Применительно к задачам государственного управления создание ЕИП подразумевает, что руководство имеет целостные информационные модели регионов, способно проводить анализ ситуации и выработку управленческих решений в любой области социально-экономической жизни региона. Это возможно только при согласованном создании информационных систем различного уровня, стандартизации средств обработки информации и форматов ведения баз данных, что на сегодняшний день не достигнуто.

В свете формирования ЕИП создаваемые в регионах информационно-управленческие системы должны с одной стороны интегрироваться в единое информационное пространство страны, а с другой стороны интегрировать в себя информационные системы всех муниципальных образований и частично предприятий и организаций региона.

На региональном уровне информационно-управленческая система (ИУС) должна обеспечить построение полной информационной модели всех социально-экономических процессов. Проблемой региональной информатизации является то, что, не смотря на наличие необходимой информации для принятия управленческих решений, она распределена между множеством муниципальных и ведомственных информационных систем. Информация в различных ведомственных системах не согласована, часто не накапливается хронологически, нередко имеет место дублирование данных. Использование такой информации является затруднительным. Решение этой проблемы в рамках интегрированной региональной ИУС заключается в разработке единой методики построения информационной модели региона. Вся генерируемая в регионе информация должна накапливаться в одном (возможно территориально распределенном) центре – в единой информационной модели региона. Должны быть разработаны механизмы формирования модели, четкие указания по форматам представления данных, порядке обмена информацией.

В рамках единой информационной модели региона необходимо осуществить переход к объектному-ориентированному представлению информации. Могут быть выделены, например такие объекты: физическое лицо, юридическое лицо, муниципальное образование и т.д. Сегодня о каждом таком объекте имеются данные в различных ведомственных системах, но они часто не связаны технологически и организационно, и по сути единого информационного портрета нет. В единой информационной модели должна храниться исчерпывающая информация о каждом объекте. В наполнении информационной базы по каждому объекту в общем случае будет использоваться несколько источников информации.

В наиболее общем представлении ИУС должна обеспечивать руководству региона следующие наиболее возможности:

- получение всей необходимой информации по любому объекту в регионе;
- анализ текущего социально-экономического положения региона;
- прогнозирование последствий принимаемых управленческих решений;
- все принимаемые решения должны автоматически доводиться до исполнителей через систему электронного документооборота.

Необходимость реализации всех этих возможностей определяет достаточно сложную структуру региональной ИУС. Можно предложить следующий состав основных подсистем ИУС:

- подсистема сбора информации из муниципальных и ведомственных информационных систем;
- подсистема первичной обработки и согласования информации;

- подсистема мониторинга и прогнозирования развития социально экономических процессов в регионе (как минимум должна включать подсистемы мониторинга и прогнозирования демографической ситуации в регионе, мониторинга и анализа имеющихся в регионе ресурсов, подсистему мониторинга недвижимости, подсистему учета правовой информации, мониторинг прессы, мониторинг экологической ситуации);
- аналитическая подсистема, предназначенная для решения широкого круга аналитических, финансовых и иных задач;
- подсистема электронного документооборота, осуществляющая распространение документов, регистрацию и отслеживание переписки органов власти;
- подсистема защиты информации и разграничения доступа;
- подсистема организации электронной торговли, предназначенная размещения организации государственных заказов, проведения конкурсных торгов и т.д.;
- интернет-портал как площадка для размещения общественно значимой информации и оказания услуг гражданам и организациям региона.

При разработке региональных информационно-управленческих систем обязательно должна обеспечиваться возможность дальнейшей эволюции системы. Изменения внутри системы должны ограничиваться не только наполнением информационных баз данных, система должна позволять вносить изменения в семантические модели, лежащие в основе внутреннего устройства системы. Информационные модели региональных ИУС должны быть согласованы с моделями информационных систем федерального уровня, должен обеспечиваться механизм централизованного внесения изменений в семантические информационные модели. Эти меры позволят достаточно просто производить модернизацию ИУС, а также поддерживать гомогенность информационного пространства страны.

В целом региональная ИУС должна разрабатываться как унифицированная для всех регионов система с открытыми интерфейсами и моделями, интегрирующая в единое целое все имеющиеся информационные модели и базы данных. Система должна быть адаптивной и эволюционирующей. Должна обладать набором средств, позволяющих осуществлять модернизацию системы без вмешательства разработчика.

Список литературы:

1. Автоматизированная система принятия решений по управлению регионом (Калининградская область) // Режим доступа: <http://elrussia.ru/>.

2. Буров С.А. Создание единого информационного пространства региона (на примере Ярославской области) // Информационные ресурсы России. – 2002. – № 66.

3. Коровкин С.Д. Региональные информационно-аналитические системы по управлению ресурсами Ивановской области / С.Д. Коровкин, И.Д. Ратманова, И.Б. Игнатьева, И.А. Левенец, Л.В. Щавелёв // Режим доступа: <http://olap.ru/>.

4. Концепция формирования единого информационного пространства России и соответствующих информационных // Режим доступа: http://www.nsc.ru/win/laws/russ_kon.htm.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕГИОНА В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

© Маколов В.И.*

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева,
г. Саранск

**Выполнено при финансовой поддержке РГНФ
проект №08-02-23205 а/в**

В статье рассматриваются особенности региональной инвестиционной политики в посткризисный период экономического развития. Представлен анализ показателей инвестиционного процесса в Республике Мордовия, проведена оценка уровня инвестиционной активности в регионе, определены ключевые направления повышения эффективности политики стимулирования инвестиций.

Трансформационные преобразования, происходившие в нашей стране на протяжении 90-х гг. XX века и в начале XXI века, изменили инвестиционную модель развития российской экономики. Изменились цели и мотивы инвестирования, отраслевая структура, источники и механизмы финансирования капиталовложений, появились новые субъекты инвестиционной деятельности, активно привлекается в страну иностранный капитал. Однако формирование эффективной структуры инвестиций еще далеко от своего завершения. С 1999 г. начался и продолжается до сих пор период восстановительного роста инвестиций по отношению к докризисному уровню. Экономический подъем, исчерпав свои экстенсивные источники и некапиталоемкие факторы, все больше будет упираться в «слабость» инвестиционного процесса.

* Доцент кафедры Управления качеством, канд. экон. наук, доцент

Особое значение в современный период на федеральном и региональном уровнях имеет инвестиционная политика, направленная на формирование благоприятного инвестиционного климата, стимулирование ускоренного развития «точек роста» в экономике, создание институциональных условий инвестиционного процесса и переход к экономике инноваций.

На протяжении 90-х гг. XX в. основные усилия государства были направлены на минимальное поддержание жизнеспособности отраслей и сфер народного хозяйства, остановку набиравшей все большую силу тенденции спада производства и капиталовложений, снижение высокой инфляции, преодоление острых политических и социальных проблем в обществе. Другими словами основной упор был сделан на «борьбу» со следствиями, а не причинами кризисных явлений. Причины же, как всегда, находятся глубже и связаны с глубокими структурными и воспроизводственными диспропорциями, унаследованными от советского хозяйства.

В период экономического роста появляются новые акценты инвестиционной политики государства. Ее роль не сводится только к удержанию инвестиционного процесса от «провала», появляется ряд новых задач, связанных с ускоренным восстановлением базовых отраслей и развитием новых секторов экономики. В период кризиса экономика значительно снизила свой инвестиционный потенциал и конкурентоспособность в мировом масштабе и, фактически «откатилась» назад в своем развитии.

Состояние инвестиционного процесса в Республике Мордовия характеризуется как положительными, так и отрицательными тенденциями. В 2001-2006 гг. в регионе наблюдалась заметная активизация инвестиционной деятельности. Объем освоенных инвестиций в основной капитал в 2006 г. составил 19524 млн. рублей, что составляет 118,8 % к предыдущему году (табл. 1).

Таблица 1

Основные показатели инвестиционной деятельности
в Республике Мордовия (по данным Мордовиястат)

Показатели	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Инвестиции в основной капитал (в фактически действовавших ценах), млн. руб.	5299	7456	8811	10098	5123	9524
Инвестиции в основной капитал на душу населения, руб.	5763	8194	10059	11852	7650	13388
Индексы физического объема инвестиций в основной капитал, в процентах к предыдущему году	135,6	124,3	103,4	97,7	130,3	118,8
Ввод в действие общей площади жилых домов, тыс. кв. м.	183,4	144,1	153,7	155,9	180,7	213,2

Примечание: таблица составлена на основе [3]

Поданным «Эксперт – РА» [4], Республика Мордовия имеет инвестиционный рейтинг – 3В2, что характеризуется как «незначительный потен-

* данные предварительные

циал – умеренный риск». Среди регионов Приволжского федерального округа Республика Мордовия занимает 13-е место по рейтингу совокупного инвестиционного потенциала, опережая лишь Республику Марий-Эл. Низкие ранги республика имеет по трудовому (13-е место), потребительскому (13), производственному (13), институциональному (14), туристическому (13), инновационному (13), природно-ресурсному (13), финансовому потенциалу (13). По инфраструктурному потенциалу региона занимает 5-е место.

Наиболее сильной стороной инвестиционного климата республики на фоне других регионов Приволжского федерального округа является сравнительно низкий уровень инвестиционного риска. По величине средневзвешенного индекса инвестиционного риска Республика Мордовия занимает 5-е место среди регионов Приволжского Федерального округа и 21 место в России.

Среди 14 регионов Приволжского федерального округа Мордовия имеет высокие и средние показатели по таким составляющим инвестиционного риска: управленческий риск (2 место); криминальный риск (1 место); экологический риск (3 место); законодательный риск (6 место), социальный риск (6 место). В то же время, по нескольким составляющим регион имеет достаточно низкие показатели: экономический риск (10 место); финансовый риск (10 место).

Одним из основных показателей результативности инвестиционной политики является достигнутый уровень инвестиционной активности или интенсивность привлечения инвестиций в регион. Инвестиционная активность в Республике Мордовия оценивалась по показателям объема и темпам изменения абсолютного объема инвестиций в основной капитал. Уровень инвестиционной активности в регионе ниже, чем по стране и Приволжскому федеральному округу в среднем (табл. 2). При определении душевых и темповых показателей инвестиционной активности исключены инвестиции, финансируемые из федерального бюджета, так как их объем зависит скорее от политических, нежели экономических факторов.

Таблица 2

Уровень инвестиционной активности в Республике Мордовия
в 2002-2004 гг.

Показатели	2002	2003	2004	Среднегодовой показатель за 3 года
Уровень инвестиционной активности в Республике Мордовия (Россия – 1,00)	0,92	0,77	0,76	0,81
Уровень инвестиционной активности в Республике Мордовия (Приволжский федеральный округ – 1,00)	1,04	0,91	0,9	0,95

Примечание: рассчитано по [1, 2]

Анализ ситуации в инвестиционной сфере республики показывает, что макроэкономическая стабилизация, отсутствие реальных политических рисков, разработка нормативных правовых документов в области инвестиций позволили Республике Мордовия снизить инвестиционный риск, увеличить приток зарубежных инвестиций. Однако исчерпание одних позитивных факторов и появление других – негативных – может ситуацию изменить. Среди «опасных» факторов следует выделить ухудшение кадрового потенциала республики (вследствие неблагоприятных демографических процессов и, прежде всего, оттока квалифицированных специалистов в другие регионы) и недостаточно эффективное использование бюджетных инвестиций в рамках государственной поддержки инвестиционных проектов предприятий республики, использование которых может «замаскировать» реальный инвестиционный потенциал и активность субъектов хозяйства.

Реализация инвестиционной политики региона в посткризисный период, на наш взгляд, должно рассматриваться в нескольких направлениях:

- формирование благоприятного инвестиционного климата, способствующего повышению общей инвестиционной активности в регионе;
- обеспечение высокой эффективности инвестирования бюджетных средств;
- привлечение российских и зарубежных инвестиций с целью создания в регионе эффективных и конкурентоспособных производств;
- развитие современной инфраструктуры на территории региона.

В современных условиях инвестиционная политика должна носить целенаправленный и селективный характер, исходить из приоритетности решаемых задач и выбора «точек роста» экономики. Средства, аккумулируемые из различных источников, необходимо направлять на реализацию тех мероприятий и проектов, которые обеспечивают рост на «прорывных» направлениях социально-экономического развития региона.

Инвестиционная политика республики должна быть направлена на объединение усилий участников инвестиционного процесса (организации, банки, страховые компании, негосударственные пенсионные фонды, паевые инвестиционные фонды, лизинговые компании), создание эффективно действующей инвестиционной инфраструктуры, консолидацию инвестиционных ресурсов. При этом привлечение отечественных и иностранных инвестиций в приоритетные отрасли и сферы рассматривается как одно из главных направлений инвестиционной политики.

В рамках обеспечения эффективности инвестирования бюджетных средств и государственной поддержки инвестиционных проектов предприятий и организаций должен быть создан механизм стимулирования привлечения дополнительных инвестиционных ресурсов из других источ-

ников, т.е. механизм государственной поддержки видится в качестве мультипликатора инвестиционных ресурсов. При правильной организации он может обеспечивать многократное увеличение инвестиционных ресурсов за счет мобилизации средств частных инвесторов. Такой подход позволит косвенно стимулировать рост производства в смежных отраслях, производствах, тем самым, расширяя налогооблагаемую базу.

Принцип конкурсности хозяйствующих субъектов в получении государственной поддержки инвестиционных проектов (кредитных ресурсов и (или) гарантий) является необходимым условием. Причем конкурс должен быть открытым, прозрачным, обеспечивающим отбор тех проектов, которые наиболее эффективны для региональной экономики. Действующий механизм конкурсного отбора инвестиционных проектов не в полной мере отвечает указанным требованиям.

Процесс осуществления государственной поддержки инвестиций должен включать выполнение последовательности работ: инициирование, анализ и отбор проектов для финансирования (кредитования); разработку по каждому проекту индивидуальной схемы финансирования, перечисление средств и обеспечение гарантий; мониторинг проектов и оценку эффективности их реализации.

Список литературы:

1. Инвестиции в России. 2005: Стат. сб./ Росстат. – М., 2005. – С. 57-65, 76-81.
2. Инвестиции // <http://www.gks.ru/>.
3. Мордовия: стат. Ежегодник / Мордовиястат. – Саранск, 2007. – С. 376.
4. Рейтинги инвестиционной привлекательности российских регионов // <http://www.raexpert.ru/>.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АГРОСТРАХОВАНИЯ В СИБИРСКОМ РЕГИОНЕ

© Паутова А.В.*

Алтайский Государственный Аграрный Университет, г. Барнаул

В статье рассмотрены роль и значение агрострахования в современных условиях, приведены особенности и проблемы страхования в Сибирском регионе, а также предложены некоторые рекомендации по совершенствованию государственной поддержки страхования в аграрном секторе.

* Доцент кафедры «Финансы и кредит», канд. сельскохозяйств. наук

Происходящие глубокие политические и экономические изменения в России направлены на переход российской экономики на качественно новый уровень. В процессе реализации национальных проектов происходит формирование новых экономических отношений и общий рост производства. Соответственно возрастает и вероятность финансовых и технологических рисков. Этим и обусловлена необходимость развития на российском рынке таких страховых предложений, которые сделали бы доступным страхование важнейших интересов страхователей и обеспечили им надежную защиту от различных случайностей.

Страхование как одно из основных направлений снижения рисков, обеспечения стабильности производства и финансового состояния получает в последние годы все большее признание. Развитие агропромышленного комплекса является приоритетным национальным проектом. Поэтому развитие именно агрострахования сегодня как никогда актуально. В настоящее время страхование в сельском хозяйстве осуществляется преимущественно на добровольной основе.

В большей мере востребованным видом страхования на селе является страхование урожая сельскохозяйственных культур. Это связано в первую очередь с тем, что очень велики размеры ущерба сельхозпроизводителей от влияния неблагоприятных природных условий и стихийных бедствий. Нередко в отдельные годы ущерб достигает 40-50 % и более от среднегодового уровня производства. Во-вторых, этот вид страхования в силу его высокой стоимости и необходимости для сельхозпроизводителей поддерживается государством. Поэтому и основные условия страхования урожая определяются и регулируются государством.

В структуре страхового рынка России активно развивается и страховой рынок Сибирского региона, который имеет свои особенности. На сегодняшний день его аграрный сектор является наиболее динамично развивающимся.

Алтай территория традиционно сельскохозяйственная, расположена она в зоне рискованного земледелия. Поэтому страхование урожая от возможных потерь из-за неблагоприятных погодных условий и других объективных факторов риска для сельхозпроизводителей имеет особое значение. Видимо этим и объясняется тот факт, что в 2007 году застраховали себя от банкротства из-за неурожая свыше 90 % хозяйств региона.

Потеря урожая имеет свой специфический риск и заключается он в том, что неизбежные убытки в данном случае невозможно восполнить только силами сельхозпроизводителей и страховых организаций вследствие того, что стихийные бедствия, например засуха, как правило, настигает не одно, отдельно взятое хозяйство, а захватывает несколько районов, а то и весь регион. Страховые выплаты при этом составляют огромные суммы, и страховщикам может грозить банкротство. Поэтому во всей сис-

теме страхования – страхование урожая сельхозпроизводителей можно обозначить как проблему номер один и решение ее во многом зависит от государственной поддержки.

Мировой опыт свидетельствует о том, что основой создания рационального, устойчивого, экономически сбалансированного сельскохозяйственного производства является целенаправленная государственная поддержка. Организованная система государственной поддержки страхования урожая действует во многих странах и при этом варианты проведения сельскохозяйственного страхования, объемы и порядок его государственного субсидирования в каждой стране сугубо индивидуальны. В то же время опыт показывает, что программам страхования урожая с государственной поддержкой присущ ряд общих черт, которые состоят в следующем:

- страхование, как правило, осуществляется в рамках единой государственной политики в области поддержания и развития сельхозпроизводства;
- страхование имеет целью защитить хозяйства от убытков вызванных чрезвычайными ситуациями катастрофическими рисками, стихийными бедствиями;
- финансовое участие государства в проведении страхования выражается либо в субсидировании им части страховой премии, уплачиваемой хозяйствами, либо в виде его участия в возмещении ущерба, возникшего в результате страховых случаев;
- программы страхования предусматривают объединение аккумулируемых финансовых ресурсов путем создания резервного фонда или проведения перестраховочных мероприятий;
- страховая защита с участием государства распространяется не на весь урожай в большинстве случаев, а на определенную его часть, что обеспечивает хозяйствам лишь необходимый минимум поддержки;
- основные принципы проведения страхования регламентируются законодательством или иными правовыми актами, а функции координатора программ выполняют госструктуры.

В России программы страхования урожая с государственной поддержкой реализуются в различных вариантах с 1993 года. Однако эффективной системы государственного участия в аграрном страховании создать пока не удалось [1]. Более того, на сегодняшний день страховой рынок страны в аграрном секторе подошел к такому состоянию, когда дальнейшее его развитие сдерживают рамки действующего законодательства.

В настоящее время в России принята следующая система страхования урожая: 50 % субсидированных страховых взносов перечисляются из Министерства сельского хозяйства через казначейство. Уполномоченных

страховых компаний – нет, производители вправе до окончания посевной выбрать страховщика, заплатить ему половину взносов, а вторую – перечислить в федеральный бюджет [2].

С учетом накопившихся проблем, за последние 10-15 лет, которые связаны с определением основных позиций государства относительно различных видов страхования и его роли в системе экономических отношений, существует необходимость совершенствования данного института как в целом, так и с учетом условий региона.

В последние годы государство уделяет аграрному сектору особое внимание. Так, в 2001 году количество хозяйств страховавших урожай было всего 2310, в том числе крестьянских фермерских хозяйств – 220, а в 2004 – 7267, в том числе крестьянских фермерских хозяйств – 1687. Суммы уплаченных страховых взносов в 2001 году составила 495,9 млн.руб., а в 2004 году – 3525,1 млн. руб. В том числе субсидии из федерального бюджета составили в 2001 году – 221,9 млн.руб., в 2004 году – 1762,5 млн.руб. Этот существенный рост стал возможен еще и по причине того, что в 2001 году в действовавший механизм страхования Правительством России были внесены существенные коррективы: страховые тарифы уменьшены на 30 %, доля страхового взноса, вносимого непосредственно страхователями, уменьшена на 50 %, существенно выросла поддержка государства. В результате, значительно повысился интерес к страхованию урожая как со стороны сельхозтоваропроизводителей, так и со стороны страховых организаций [3].

Задача государства – сбалансировать и минимизировать риски при сельхозпроизводстве, сделать его наиболее стабильным и прибыльным. В том числе и для инвесторов, которые сегодня готовы вкладывать огромные ресурсы в сельское хозяйство.

В предыдущее десятилетие потери урожая по стране доходили до 65 миллиардов рублей и в среднем составляли 11 % валового объема. Если проследить динамику финансирования государством страхования урожая в агропромышленном секторе, то можно отметить значительный его рост. В 2002 году федеральный бюджет выделил 200 миллионов рублей, в 2006 году – 1,9 миллиарда рублей, в 2007 году – 3,4 миллиарда рублей. В ближайшие пять лет (до 2012 г.) государство запланировало выделить сумму в 31,5 миллиардов рублей на участие в страховании аграрного сектора.

Импульсом к развитию агрострахования стала также отмена в 2004 году выплат за потери урожая, которые осуществлялись ранее по линии Министерства по Чрезвычайным ситуациям РФ. На компенсацию потерь это ведомство выплачивало сельскому хозяйству ежегодно 5-6 миллиардов рублей. Но с 2004 года выплаты производят исключительно страховые компании и только тем, кто застраховал будущий урожай.

Необходимо отметить тот факт, что для улучшения ситуации в сфере страхования урожая еще в 2003 году при Министерстве сельского хозяйства РФ было создано ФГУ «Федеральное агентство по государственной поддержке страхования в агропромышленном комплексе». Федеральным законом № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства» развитие системы страхования рисков в Агропроме названо одним из приоритетных направлений.

Сопоставляя ситуацию по страхованию сельскохозяйственного урожая сложившуюся в стране с отдельными регионами Сибири и в частности в Алтайском крае, необходимо ответить, что по количеству хозяйств заключивших договора страхования урожая с государственной поддержкой, Алтайский край занимает первое место в России и в Сибирском федеральном округе. Из всех заключенных в стране договоров страхования урожая почти 24 % приходится на Алтайский край. В масштабах Сибирского федерального округа это каждый второй договор. В 2006 году было застраховано 68 % всей посевной площади в крае, а в 2007 году – 93,9 % [4]. Очевиден тот факт, что интерес к агрострахованию со стороны сельхозпроизводителей растет.

По данным Федерального агентства по государственной поддержке страхования в агропромышленном комплексе в Алтайском крае в 2007 году выплаты по страхованию урожая были минимальные, так как год был благоприятный.

На сегодняшний день Россия - единственная страна, не имеющая специального законодательного документа о сельскохозяйственном страховании, но обнадеживает тот факт, что правительством внесены предложения о разработке такого закона.

Основные недостатки, порождающие многочисленные проблемы агрострахования в нашей стране сегодня выражаются в следующем:

1. высокие размеры страховых взносов и полная их оплата часто непосильна для хозяйств даже в условиях, когда часть этих взносов затем компенсируется государством;

2. отсутствие уверенности в том, что страховщики выполняют свои обязательства из-за сомнений в достаточной финансовой устойчивости страховщиков и наличия таких условий в договорах, которые оставляют страховщикам возможность для отказа от страховых выплат;

3. непонимание многих руководителей хозяйств необходимости страхования как защиты их финансовых интересов;

4. в излишней бюрократии и недостатках программы страхования урожая с поддержкой государства. Так как иногда субсидии поступают на счета страхователям через полгода или год после уплаты всей суммы страховых взносов;

5. в отсутствии четкой позиции относительно величины и формы собственного участия страхователей в риске [1].

Расширение объема обязательств страховщиков и увеличение числа подлежащих страхованию сельскохозяйственных культур наносит ущерб решению задач по максимальному охвату хозяйств данным страхованием, а попытки зафиксировать предельно допустимые размеры страховых тарифов делает страхование не привлекательным для страховщиков из-за повышения риска убыточности операций.

Конечно, перечислением этих причин существующие проблемы не ограничиваются и не могут быть решены в одночасье – требуется планомерное и системное их решение.

Отмечая положительную динамику развития страхования в агропромышленном комплексе в последние годы, руководители крупнейших агростраховых компаний и сельскохозяйственных предприятий Сибири считают, что действующая система страхования рисков в сельском хозяйстве не устраивает ни страховщиков, ни сельхозпроизводителей. Одна из глобальных причин отказа от страхования состоит в том, что сельское хозяйство по-прежнему пребывает в глубоком финансовом кризисе. Хозяйствам сложно не только оплачивать страховые взносы, но и выполнять условия договора, в котором, в числе прочего, записано, что производитель обязан выполнять агротехнические требования к выращиванию сельскохозяйственных культур. Это весьма проблематично по многим причинам. Например, предприятия в большинстве своем не имеют финансовой возможности пополнить парк новой современной техникой и тем самым снизить нагрузку, в несколько раз превышающую нормативную на уже имеющуюся технику, зачастую предельно изношенную. Страховые компании отдают себе отчет в том, что большинство сельскохозяйственных предприятий сегодня не в состоянии применять весь комплекс агропромышленных мероприятий, следовательно, и шансы сельскохозяйственных производителей на получение страховых выплат очень невысоки [4]. Для урегулирования этих проблем, по мнению специалистов необходимо, во-первых, создать региональные экспертные комиссии, которые давали бы профессиональную и объективную оценку рискам и конкретным страховым случаям. Тем самым, государство сможет усилить свою регулирующую роль в создании гарантий получения страховых выплат. Это актуально для всех регионов, но в особенности для аграрных, таких, как Алтайский край. И, во-вторых, принятие закона о сельскохозяйственном страховании позволит создать эффективную систему государственного участия в аграрном страховании. В законе должны быть прописаны размер и условия субсидирования, условия страхования и сроки выплаты страхового возмещения страховыми организациями.

Решать задачи, связанные с этой проблемой, скорее всего, должно объединение страховщиков, которые должны сформировать единый методологический центр для сельскохозяйственного страхового рынка по разработке и совершенствованию единого стандарта методологии, условий страхования и других факторов из этих условий вытекающих. Объединив усилия, агростраховщики смогут более эффективно участвовать в законотворческой деятельности, а именно в разработке государственных документов о страховании сельскохозяйственных рисков.

Список литературы:

1. Сплетухов Ю.А. Проблемы проведения страхования урожая с государственной поддержкой / Ю.А. Сплетухов // Финансы. – 2007. – № 7. – С. 44-47.
2. Страхование: учебник для вузов / Под ред. В.В. Шахова, Ю.Т. Ахведиани. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – С. 257.
3. Линин Ю.М. Страхование урожая сельскохозяйственных культур с государственной поддержкой и его регулирование/ Ю.М. Линин // Финансы и кредит. – 2006. – № 5. – С. 39-42.
4. Беспалов А. Со страховкой в чисто поле / А. Беспалов // Российская газета. – 2007.

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ФОРМ КАДРОВОГО УЧЕТА ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН)

© Тихонова Е.Ю.*

Казанский государственный технический университет
им. А.Н. Туполева, г. Казань

В статье отмечается проблема несоответствия спроса и предложения на рынке труда. Автор анализирует, что информационная база, предоставляемая службой государственной статистики, для решения этой проблемы не достаточно развита. Существующий перечень и содержание форм Федеральной службы государственной статистики не содержит достаточной информации. Автор предлагает усовершен-

* Ассистент кафедры Управления персоналом Академии управления «ТИСБИ», соискатель кафедры Экономики предприятия Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева

ствовать статистическую базу, и отмечает, что для анализа и регулирования спроса и предложения на рынке труда всем его участникам необходимо сопоставлять данные, предоставляемые службой занятости, учебными заведениями и предприятиями, и на этой основе координировать их взаимодействие.

К проблеме несоответствия спроса и предложения на рынке труда неоднократно обращалось правительство РФ и правительство Республики Татарстан. Это можно увидеть из СМИ, а также по материалам некоторых публикаций [1]. В них подчеркивается острота проблемы несоответствия спроса и предложения на рынке труда. Отмечается рост доли молодежи в общей численности безработных. В числе зарегистрированных безработных по состоянию на 2004 год молодежь составляла одну треть. Безработные выпускники профессиональных учебных заведений составляли почти 5 % от общей численности зарегистрированных безработных, из них 27 % – выпускники вузов, 49 % – техникумов, 24 % – профессиональных училищ [2]. Отмечается также нехватка рабочих кадров, отказ молодым специалистам работодателями в трудоустройстве из-за отсутствия опыта работы, несоответствие объемов и профилей подготовки в системе профессионального образования требованиям работодателей, завышенные требования многих работодателей к уровню профессионального образования, наличию стажа работы, неудовлетворенность уровнем оплаты и условиями труда на вакантных рабочих местах и др.

Для того чтобы решить вышеперечисленные проблемы, необходима информационная база, которая не достаточно развита.

К сожалению, статистика не дает нам достаточной информации для ретроспективного анализа профессионально-квалификационной структуры кадров по отраслям экономики. Но еще меньше информации, точной и достоверной, мы имеем от предприятий и организаций. Это связано с тем, что на низовом уровне слабо поставлена работа в области маркетинга персонала, кадрового планирования, стратегического планирования персонала [3].

К неразработанности проблемы потребности в квалифицированных кадрах и источников ее обеспечения в методологическом плане добавляется и ее информационная недостаточность для производства прогнозно-аналитических расчетов.

Во-первых, профессионально-квалификационный состав занятых рассматривается как совокупность групп, занятых только в масштабе народного хозяйства и его регионов без отраслевого разреза.

Во-вторых, российская статистика не выделяет в составе рабочей силы квалифицированных рабочих, в то время как система НПО готовит квалифицированные кадры.

В-третьих, в системе профессионального образования по всем его уровням отсутствует статистика по показателю «отсев учащихся», что затрудняет использование лаговых моделей в матрице «прием-выпуск».

Нам представляется, что целенаправленное совершенствование статистической базы прогноза развития образования и занятости населения необходимо начинать не с «латания» действующей статистической базы путем ввода отдельных статистических показателей, а осуществлять этот процесс на основе требований моделей прогнозирования в указанных подсистемах с их дезагрегацией в комплексы решения прогнозно - аналитических задач, которые и будут определять совокупность дополнительных показателей для ввода в статистику. (Лукин Г.И., д-р экон. наук, профессор, г. Санкт-Петербург «Концепция комплексного прогнозирования потребности экономики региона в квалифицированных кадрах, развития образования и занятости населения») [4].

В перечень статистических форм, предоставляемых предприятиями и организациями в территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан, входят следующие формы, касающиеся положения дел на рынке труда: 1 (рабочая сила), 1-ГС, 1-МС, 1-Т, 1-Т (ГМС), 1-Т (условия труда), 1-техникум (распределение), 1-вуз (распределение), 3 -НК (НОУ), 3 -НК, 2-ГС, 2ГС (краткая), 2МС, 3-Ф, 57-Т, П-4, анкета выборочного обследования по проблемам занятости и Список статформ (Регион) - №1-распределение и Ф.1-категория [5].

В данных формах, кроме форм 1-ГС, 1-МС, 57-Т, и форм, касающихся образовательных учреждений отсутствуют данные представленные по профессионально-квалификационному составу. Что значительно затрудняет анализ положения дел на рынке труда.

В соответствии с приложением 1 приказа Федерального агентства по промышленности (Роспром) от 6 февраля 2007 г. № 63 «Об организации работ по сбору, обработке и анализу государственной статистической, бухгалтерской, ведомственной и отраслевой отчетности в федеральном агентстве по промышленности в 2007 году» промышленные предприятия должны предоставлять следующие формы, касающиеся трудовых ресурсов, заработной платы и занятости населения: П-4 «Сведения о численности, заработной плате и движении работников», 3-Ф «Сведения о просроченной задолженности по заработной плате», «Сведения о травматизме на производстве и профессиональных заболеваниях», 22-Р ведомственная «Сведения о задолженности государственных заказчиков за выполненный оборонный заказ и по заработной плате», судостроительная промышленность – Кадры-судпром «Сведения о работниках предприятия», 1-Т (условия труда). Данные формы не содержат достаточной информации для детального анализа рынка труда.

БЕЗРАБОТНЫХ УВОЛИВШИХСЯ ПО СОБСТВЕННОМУ ЖЕЛАНИЮ И СРЕДНЕМЕСЯЧНАЯ ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА РАБОТНИКОВ

[illegible]

Для контроля над спросом и предложением на рабочую силу предлагаем ввести в статистическую базу (соответственно и в перечень статистических форм) следующие данные:

1. По службе занятости – безработные по специальностям (и/или по занятиям) с указанием пола, образования, стажа работы.

2. По предприятиям – занятые по специальностям (и/или по занятиям) с указанием пола, образования, стажа работы, среднемесячной заработной платы. А также – поступившие заявки от предприятий и организаций Республики на вакантные должности в разрезе специальностей, с указанием пола, образования, стажа работы.

3. По высшим учебным заведениям – выпуск государственными и негосударственными учебными заведениями специалистов (с указанием формы обучения, специальностей).

Данные вышеперечисленных статистических таблиц в совокупности позволят оперативнее и точнее отслеживать и анализировать сложившуюся ситуацию на рынке труда и принимать действенные меры государственного регулирования занятости населения. А также помогут молодым людям дать общее представление о положении на рынке труда той профессии (специальности), по которой они собираются идти учиться.

Проанализировав содержание статистических форм предоставляемых на сегодняшний день предприятиями и организациями, не было обнаружено ни одной формы (или показателей в данных формах), касающихся конкретных причин увольнений работников (низкий уровень заработной платы, отсутствие карьерного роста, переезд на другое место жительства и т.п.). Предлагаемая нами форма (или построенная на ее основе статистически обработанная таблица (табл.1) позволит анализировать и контролировать неудовлетворенный спрос (неоправданные ожидания) работников на предприятиях и в организациях.

Таким образом, для анализа и регулирования спроса и предложения на рынке труда всем его участникам необходимо сопоставлять данные, предоставляемые службами занятости, учебными заведениями и предприятиями, и на этой основе координировать их взаимодействие.

Список литературы:

1. Совместная коллегия о совершенствовании механизма взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг, прогнозирования кадровых потребностей экономики РТ: материалы заседания/ Министерство экономики и промышленности РТ». – Казань: Школа, 2004. – 62 с., материалы Республиканской научно-практической конференции «Рынок образования и рынок труда: взаимодействие и развитие» (23-24 марта 2006 года, Набережные Челны) и др.

2. Совместная коллегия о совершенствовании механизма взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг, прогнозирования кадровых потребностей экономики РТ: материалы заседания/ Министерство экономики и промышленности РТ». – Казань: Школа, 2004. – С. 11.

3. Совместная коллегия о совершенствовании механизма взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг, прогнозирования кадровых потребностей экономики РТ: материалы заседания/ Министерство экономики и промышленности РТ». – Казань: Школа, 2004. – С. 42. (Забирова Л.М. доцент КГФЭИ).

4. Рынок образования и рынок труда: взаимодействие и развитие. Материалы Республиканской научно-практической конференции (23-24 марта 2006 года, Набережные Челны)/Автор-составитель Э.Ф. Назмеев. – Казань: Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2006. – 163 с.

5. <http://www.TATSTAT.ru>.

РАЗВИТИЕ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА

© Шаповал Ж.А.*

Институт государственного и муниципального управления
Белгородского государственного университета,
г. Белгород

Опыт развития кластеров показал их ведущую роль в повышении конкурентоспособности регионов и муниципальных образований. В статье рассматриваются типы кластеров, особенности формирования кластеров в агропромышленном комплексе региона, а также преимущества использования кластерного подхода в управлении региональной экономикой.

Социально-экономическое развитие региона – это управляемый процесс изменений, направленный на достижение определенного уровня развития социальной и экономической сфер территории, с наименьшим ущербом для природных ресурсов и наибольшим уровнем удовлетворения коллективных потребностей населения и интересов граждан.

В последние годы органы государственного управления и экспертное сообщество уделяют большое внимание проблеме управления региональ-

* Студентка 5 курса

ным развитием на основе кластерного подхода. Опыт США и других развитых государств показал, что наиболее динамичное развитие получают те регионы, где сформировались инновационные кластеры.

Роль кластеров в мировой конкуренции неизмеримо возросла. Кластеры выявляются как в отраслях с высокими наукоемкими технологиями, так и в традиционных отраслях. При этом они функционируют как единые сети, что позволяет им противостоять губительным тенденциям глобальной конкуренции.

Кластерный подход является одной из самых усовершенствованных технологий управления различными отраслями экономики региона, включая агропромышленный комплекс.

Теоретические аспекты кластерного подхода были достаточно подробно разработаны американским ученым-экономистом М. Портером и его последователями в 80-х годах XX столетия.

Портер определяет кластер как «группу географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, функционирующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [6, С. 159].

Границы кластеров довольно редко подчиняются стандартным системам отраслевой классификации. Кластеры обычно состоят из комбинации организаций отраслей, выпускающих готовый продукт, и организаций отраслей, выполняющих сервисное обслуживание. Как правило, в структуру кластера входят поставщики, производители, потребители, элементы промышленной инфраструктуры, исследовательские институты, образовательные учреждения, органы государственного и муниципального управления, страховые, лизинговые, кредитно-финансовые организации.

С точки зрения организационной структуры выделяют два типа кластеров: 1) кластеры, сконцентрированные по региональному принципу вокруг некоторого сектора деятельности, направленного на предоставление широкого спектра услуг; 2) вертикальные кластеры, в которых ядро кластера образуют технологические цепочки «поставщик – сборщик – дистрибьютор – покупатель» и которые могут представлять различные секторы региональной промышленности [8, С. 29].

Кроме того, некоторые исследователи выделяют следующие модель кластеров:

- *европейская модель* – сконцентрированные на ограниченной территории конкурирующие компании, которые выпускают дифференцированный продукт и имеют особую маркетинговую стратегию за ее пределами;
- *североамериканская модель* – совокупность территориально сконцентрированных компаний, связанных между собой экономическими отношениями по принципу территориальной специализации;

- *азиатская модель* – вертикально-интегрированная специализированная территория, созданная в рамках государственной экономической политики;
- *японская модель* – совокупность малых организаций и фирм, сконцентрированных вокруг организации-монополиста, специализирующихся на выпуске товаров-полуфабрикатов по заказу головной организации и конкурирующих между собой по цене и качеству за право поставки [5].

В отличие от обычных форм кооперации и интеграции, кластерные системы характеризуются наличием крупной организации-лидера, определяющей долговременную хозяйственную, инвестиционную стратегию всего кластера; территориальной локализацией основной массы хозяйствующих субъектов – участников кластера; устойчивостью хозяйственных связей между участниками кластера; долговременной координацией участников кластера в рамках производственных программ, инновационных процессов.

Важной чертой кластера является его инновационная ориентированность. Центром кластера могут быть несколько организаций, при этом между ними сохраняются конкурентные отношения. Объединение в кластер на основе вертикальной интеграции формирует не спонтанную концентрацию разнообразных научных и технологических изобретений, а определенную систему продвижения знаний и технологий. Важнейшим условием эффективной трансформации изобретений в инновации, а инноваций в конкурентные преимущества является формирование сети устойчивых связей между всеми участниками кластера.

Можно говорить, что кластер в агропромышленном комплексе представляет собой группу предприятий АПК (производственных, перерабатывающих, сбытовых), аграрных образовательных учреждений (профессиональные технические училища, колледжи, вузы) и научных организаций, объединенных географическим положением, общей целью, экономическими интересами и предусматривающих внедрение инноваций с целью повышения эффективности производства и конкурентоспособности товара [3, С. 115].

То есть, ключевой идеей кластера является повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции и рентабельности всех хозяйствующих субъектов. Благодаря использованию производственного и интеллектуального потенциала хозяйствующих субъектов, входящих в кластер, и механизма взаимоотношений между его участниками проявляется синергетический эффект, позволяющий увеличить результативность работы каждой бизнес-структуры.

Формирование кластеров в агропромышленном комплексе определено в качестве важнейшего стратегического направления развития многих

регионов России. В качестве примера рассмотрим процесс кластеризации в Белгородской области.

В целом сельское хозяйство области развивается в соответствии со Стратегией развития сельского хозяйства Белгородской области до 2010 года, направленной на создание конкурентоспособного животноводства и эффективного растениеводства, ведущая роль отводится масштабным целевым программам и проектам в животноводстве, которые согласуются с основными направлениями приоритетного национального проекта «Развитие агропромышленного комплекса» [7].

Следует заметить, что сельское хозяйство Белгородской области развивается высокими темпами. По итогам 2006 года Белгородская область заняла среди регионов Российской Федерации первое место по производству птицы в живом весе и второе место (после Краснодарского края) по производству свинины в живом весе. По производству молока область заняла третье место среди областей Центрального федерального округа (после Московской и Воронежской областей). В 2007 году объем производства мяса в области составил 529 тысяч тонн и вырос по сравнению с 2006 годом на 34,2 %, молока – 554,3 тысяч тонн (106,0 %), яиц – 1147,4 млн. штук (112,0 %) [9].

В АПК Белгородской области планируется создать несколько кластеров – в птицеводстве, свиноводстве и молочном животноводстве.

В структуру каждого из перечисленных кластеров должны входить:

- ядро кластера – участники областных целевых программ, хозяйствующие субъекты, производящие животноводческую продукцию;
- технологически взаимосвязанные производства – зерновые компании, комбикормовые производства, перерабатывающие производства;
- инфраструктура – сеть поставщиков, автотранспортные компании, строительные организации;
- научно-исследовательские и образовательные учреждения;
- органы государственного и муниципального управления, оказывающие государственную поддержку участникам кластера – льготное налогообложение, государственные гарантии Белгородской области, субсидирование процентных ставок по кредитам из областного и федерального бюджетов.

Перспективы развития растениеводства ориентированы на обеспечение потребности в высокоэффективных кормах для животноводства. Таким образом, развитие кластеров по производству мяса птицы, свинины, молока создает мультипликативный эффект, в результате которого будут более интенсивно развиваться отрасли растениеводства, перерабатывающие предприятия, информационные, маркетинговые и другие.

В Белгородской области кроме указанных, планируется создать сельские кластеры, которые должны объединить сельскохозяйственных товаропроизводителей малых форм (личные подсобные хозяйства, крестьянские фермерские хозяйства) на основе организации снабженческо-сбытовых потребительских кооперативов. При этом ядром кластеров должны стать крупные перерабатывающие предприятия региона. С этой целью в области была разработана программа «Семейные фермы Белого-рья».

Подводя итог, можно выделить основные преимущества использования кластерного подхода в управлении развитием АПК региона. Кластерный подход предоставляет органам власти инструментарий эффективного взаимодействия с предприятиями агропромышленного комплекса; увеличивает количество налогоплательщиков, создает основания для диверсификации экономического развития территории. Благодаря формированию кластера улучшается кадровое обеспечение предприятий; появляется инфраструктура для исследований и разработок; снижаются издержки; появляются возможности для выхода на внешние рынки; формируется основа для получения дополнительных конкурентных преимуществ. Кластеры стимулируют повышение производительности труда и внедрение инноваций. Постоянное взаимодействие способствует формальному и неформальному обмену знаниями, сотрудничеству между организациями. Таким образом, можно утверждать, что кластер – это инструмент повышения конкурентоспособности отраслевых комплексов и территорий.

Список литературы:

1. Арсентьев, А.С. Кластеры в региональной экономике [Электронный ресурс] / А.С. Арсентьев // Режим доступа к изд.: <http://journal.vlsu.ru/index.php?id=682>. – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.
2. Воронин, А.В. Кластерный подход к управлению инвестиционно-строительным комплексом региона / А.В. Воронин // Региональная экономика: теория и практика. – 2007. – № 13. – С. 68-74.
3. Глебов, И.П. Кластер – высокоинтегрированная структура в АПК / И.П. Глебов, А.В. Шуддяков В.Н. Санталов // Национальные приоритеты социально-экономического развития аграрной экономики России: Материалы XI Международной научно-практической конференции. – Саратов, 2007. – Ч. 1. – С. 113-118.
4. Егоров, Н.Е. Развитие экономики региона на основе формирования инновационно-промышленных кластеров / Н.Е. Егоров // Региональная экономика: теория и практика. – 2007. – № 13. – С. 63-67.
5. Ковалева, И.В. Инвестиционная привлекательность молочнопродуктового подкомплекса (теория, методология, практика) Автореф. дис. ... доктора экон. наук [Электронный ресурс] / И.В. Ковалева; М., 2007 // Ре-

жим доступа: <http://www.volsu.ru/Volsu/news/diser/avto/avto102.doc>. – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.

6. Портер, М.Э. Конкуренция / М.Э. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 608 с.

7. Постановление правительства Белгородской области «Об утверждении Стратегии развития сельского хозяйства» от 23 апреля 2004 года № 34-пп // Режим доступа: <http://www.r31.nalog.ru>. – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.

8. Рубинштейн, Е.И. Этархическая система управления в межотраслевом кластере / Е.И. Рубинштейн, В.А. Наумов // Региональная экономика: теория и практика. – 2007. – № 2. – С. 28-33.

9. Экономика Белгородчины в 2007 году [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://belg.gks.ru/public/release/publ2007.doc>. – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.

Секция 8

ЛОГИСТИКА

МОДЕЛЬ МНОГОПРОДУКТОВЫХ ПОСТАВОК С УЧЕТОМ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЗАЕМНЫХ СРЕДСТВ И ОГРАНИЧЕНИЯ НА РАЗМЕР КАПИТАЛА

© Барыкин С.Е.*

Петербургский энергетический институт
повышения квалификации, г. Санкт-Петербург

В статье рассмотрена модель Барыкина – Лукинского, которая представляет собой расширение модели многопродуктовой задачи в цепях поставок В.В. Лукинского и позволяет планировать многопродуктовые поставки с учетом ограничения на размер капитала, выделяемого на приобретение запасов, и возможности привлечения заемных средств для пополнения запаса материальных ресурсов. Кроме того, модель учитывает альтернативную стоимость вложений капитала.

Разработанная модель многопродуктовых поставок с учетом привлечения заемных средств на приобретение запасов позволяет исследовать интеграцию материальных и сопутствующих им финансовых потоков в процессе планирования логистической деятельности корпорации.

Размер капитала корпорации для осуществления логистических процессов в соответствующем звене поставок ограничен. Поэтому целесообразно принимать решения в области управления запасами с учетом ограничений величины капитала, направляемого на приобретение товарно-материальных ценностей. Модель многопродуктовой задачи в цепях поставок, учитывающая ограничения на максимальный размер капитала, разработана В.В. Лукинским в 2006 г. и представлена в аналитическом виде в [1, С. 70-84]. Следует отметить, что хотя модели учета ограничений на размер капитала при оптимизации систем управления запасами приведены Г.Л. Бродецким [2, С. 339-398], в действительности, им рассмотрена только многономенклатурная модель при условии ограничения на издержки хранения запасов без учета и с учетом временной стоимости денег в упрощенном виде (без указания направления альтернативного вложения капитала). За рамками его исследования остались ограничения на капитал, выделенный на приобретение продукции.

Рассмотрим модель С.Е. Барыкина – В.В. Лукинского многопродуктовых поставок с учетом привлечения заемных средств на пополнение запасов, альтернативных издержек вложения капитала и ограничения величи-

* Доцент кафедры Экономики и организации управления в энергетике, канд. экон. наук, доцент

ны денежных средств на приобретение запасов. Рассматриваемая многопродуктовая задача решается в три этапа.

Этап 1. Рассчитываются оптимальные партии поставок S_{oi} по каждому i -му виду продукции ($i = 1, 2, \dots, N$) по формуле, подробно рассмотренной В.В. Лукинским [1, С. 9-14]:

$$S_{\text{опт}} = \sqrt{\frac{2AC_o}{C_n f}}, \quad (1)$$

где C_n – цена единицы продукции, хранимой на складе, руб.;

C_o – затраты на выполнение одного заказа, руб.;

f – доля от цены C_n , приходящейся на затраты по хранению, руб.;

A – потребность в запасах в течение рассматриваемого периода.

Этап 2. Затраты, связанные с закупкой запасов, сравниваются с капиталом, выделенным на приобретение запасов. Размер выделенного капитала B ограничен, но корпорация имеет возможность привлекать заемные средства по ставке $E_{\text{кр}}$ на пополнение материальных ресурсов:

$$k \sum_{i=1}^N S_{oi} C_{ni} \leq B + K, \quad (2)$$

где k – коэффициент, введенный для учета неодновременности поступления i -х видов продукции; $0 < k \leq 1$. ставка, по которой начисляются проценты за полученный кредит, % в день.

Если неравенство (2) соблюдается при $K = 0$, то оптимальные партии поставок рассчитываются по формуле (1).

Лукинским В.В. подробно рассмотрена многопродуктовая задача при ограничении на капитал без учета возможности кредитования:

$$k \sum_{i=1}^N S_{oi} C_{ni} \leq B. \quad (3)$$

При нулевой величине заемных средств выражение (2) превращается в (3).

Этап 3. В случае невыполнения условия (2) при нулевом объеме привлеченных средств K для расчета оптимального размера поставки применим метод множителей Лагранжа. Следует отметить, что полные издержки корпорации включают не только затраты на выполнение заказов и затраты на хранение запаса на складе, но также альтернативные издержки

вложения капитала в запасы и процентные платежи за предоставленный кредит. Исходное уравнение запишем в следующем виде:

$$F = \sum_{i=1}^N \left(\frac{A_i C_{oi}}{S_i} + \frac{S_i C_{ni} f}{2} \right) + z \left(B + K - k \sum_{i=1}^N S_i C_{ni} \right) + (B + K) \sum_{j=1}^m E_{dj} l_j + K E_{кр} T. \quad (4)$$

где z – неопределенный множитель Лагранжа;

T – срок кредита в годах;

j – номер вложения капитала в j -й актив ($j = 1, 2, \dots, m$) доходностью E_{dj} , от которого придется отказаться, направив денежные средства на приобретение запасов.

Дифференцируя (4) последовательно по S_i , затем по K и z , составим систему, включающую $N + 2$ уравнения, решая которую получаем формулы для расчета неизвестных. Объем привлеченных денежных средств определяется с учетом доходности альтернативных вложений капитала и ставки процента на предоставленный корпорации кредит по формуле:

$$K = k \sum_{i=1}^N \sqrt{\frac{2 A_i C_{oi} C_{ni}}{f + 2k \left(\sum_{j=1}^m E_{dj} l_j + T E_{кр} \right)}} - B. \quad (5)$$

Размер партии поставок определяется так:

$$S_{oi} = \sqrt{\frac{2 A_i C_{oi}}{C_{ni} \left(f + 2k \left(\sum_{j=1}^m E_{dj} l_j + T E_{кр} \right) \right)}}. \quad (6)$$

Разработанная модель представляет собой расширение модели многопродуктовой задачи в цепях поставок В.В. Лукинского [1, С. 70-84] и позволяет планировать многопродуктовые поставки с учетом ограничения на размер капитала, выделяемого на приобретение запасов, и возможности привлечения заемных средств для пополнения запаса материальных ресурсов.

Кроме того, разработанная модель преодолевает недостаток многономенклатурной модели Г.Л. Бродецкого, учитывающей только ограничения на величину издержек хранения запасов и в упрощенном виде – временную стоимость денег (без указания направления альтернативного вложения капитала).

Пример. Исходные данные, характеризующие поставки трех видов продукции представлены в табл. 1.

Таблица 1

Исходные данные и результаты расчетов
при независимых однопродуктовых поставках

Параметры	Вид продукции		
	1	2	3
Потребность в заказываемом продукте A_i , ед.	30 000	5 000	12 000
Цена единицы продукции C_{pi} , тыс. руб.	10	4,5	2
Затраты на хранение $C_{pi}f$ при $f = 0,2$, тыс. руб.	2	0,9	0,4
Затраты на выполнение одного заказа C_{oi} , тыс. руб.	20	20	20
Размер партии заказа при независимых однопродуктовых поставках S_{oi} , тыс. руб.	775	471	1 095
Затраты на закупку запасов $S_{oi}C_{pi}$ с учетом $k = 0,5$, тыс. руб.	3 873	1 061	1 095

Рассчитаем оптимальные партии многопродуктовых поставок при условии, что корпорация имеет возможность привлечь заемные средства на приобретение товарно-материальных ценностей сроком на 1 год по ставке 18 % годовых, если величина затрат на закупку запасов превышает 2 500 тыс. руб. Кроме того, корпорация может приобрести ценные бумаги различной доходности (% в год):

$$E_{д1} = 24 \%;$$

$$E_{д2} = 16 \%;$$

$$E_{д3} = 10 \%.$$

Доли (в процентах от C), отражающие объем средств, которые могут быть выделены на конкретное финансовое вложение, т.е. для I_i в долях единицы:

$$I_1 = 20 \%;$$

$$I_2 = 35 \%;$$

$$I_3 = 45 \%.$$

Суммарные затраты на приобретение запасов составили 6 029 тыс. руб. при $k = 0,5$ (последняя строка табл. 1). Следовательно, условие (2) не выполняется и требуется рассчитать оптимальные партии многопродуктовых поставок с учетом привлечения кредитных ресурсов банка.

Проведя расчеты по формуле (6), получаем оптимальные партии многопродуктовых поставок S_{oi} , составляющие (ед.):

$$S_{o1} = 476;$$

$$S_{o2} = 290;$$

$$S_{o3} = 674.$$

При этом объем финансовых ресурсов K , который корпорация планирует привлечь на приобретение запасов, достигает 1 207 тыс. руб. Общая величина затрат на закупку запасов составляет 3 707 тыс. руб.

Таким образом, модель многопродуктовых поставок с учетом привлечения заемных средств на приобретение запасов и альтернативной стоимости вложений капитала позволяет исследовать интеграцию материальных и сопутствующих им финансовых потоков в процессе планирования логистической деятельности корпорации.

Список литературы:

1. Лукинский В.В. Управление запасами в цепях поставок: оптимальный размер заказа: монография / В.В. Лукинский. – Ставрополь: ГОУ ВПО «СевКавГТУ», 2007. – 124 с.
2. Управление запасами: учеб. пособие / Г.Л. Бродецкий. – М.: Эксмо, 2007. – 400 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДИКИ РАНЖИРОВАНИЯ КОНКУРИРУЮЩИХ АЛЬТЕРНАТИВ В СИСТЕМЕ СНАБЖЕНИЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

© Ермолина А.Ю.*

Тюменский государственный архитектурно-строительный
университет, г. Тюмень

В настоящее время строительные организации сами несут ответственность установления коммерческих связей по поставкам материально-технических ресурсов. В связи с этим выбор оптимального поставщика ресурсов в строительных организациях является одним из первостепенных вопросов, требующий правильного решения.

Все чаще анализ потенциальных поставщиков предлагается проводить с помощью балльной или рейтинговой оценок по критериям цены, качества и надежности поставок. При этом часто последний критерий не учитывается в полном объеме, либо вообще рассчитывается приблизительно, что искажает конечный результат выборки.

Необходимо учитывать, что при принятии решения о выборе конкретного поставщика среди возможных претендентов возникают определенные трудности: все поставщики характеризуются набором критериев, причем по одним критериям предполагаемый поставщик может отличаться в лучшую сторону, а по другим – в худшую.

В данном случае вместо рейтинговой оценки предлагается использовать методику ранжирования конкурирующих альтернатив для решения

* Ассистент кафедры Коммерции, аспирант

вопроса о выборе поставщиков. Предлагаемая методика ранжирования, основанная на теории нечетких множеств, позволяет значительно снизить субъективное влияние специалиста на принимаемое решение, в частности, исключить возможность учета не предусмотренных в статусе экспертизы аспектов.

При использовании данной методики изначально следует определиться с набором критериев, по которым будут оцениваться поставщики в строительных организациях:

1. Цена. Рассматривая сделанные предложения, ориентируются на уровень средней цены. Наиболее предпочтительными являются цены, находящиеся на уровне ниже средней цены. Если же предлагаемая поставщиком цена превышает среднюю, то этот поставщик оценивается наиболее ниже.

2. Качество. Обычно вся продукция производителей сопровождается сертификатом качества, в котором гарантируется соответствие ГОСТу и ТУ. Однако некоторые материалы обязательно проходят химический анализ в специальной лаборатории. Права, предоставленные лаборатории, позволяют ей на основании экспертизы возвращать поставщику не прошедшие контроль качества материалы.

3. Расстояние до поставщика. Этот критерий оказывает большое влияние на формирование накладных расходов строительных организаций. При прочих равных условиях будет выбран ближайший поставщик, в других ситуациях фактор расстояния также будет играть немаловажную роль.

4. Условие платежа. Самым выгодным была бы оплата по факту поставки продукции с предоставлением кредита. Однако редко кто из поставщиков предлагает такие условия, это объясняется нестабильностью договорных отношений, отсутствием доверия к покупателю.

5. Условия получения товара. Существующее положение на рынке таково, что многие поставщики не доверяют гарантиям платежеспособности покупателей и отпускают продукцию только после поступления на свой расчетный счет денег за нее, при бартерных сделках - после получения обмениваемого товара. В этом случае время поставки будет зависеть от оперативности работы банка. Если же налажены длительные доверительные отношения, то для получения товара достаточно предъявления платёжного поручения.

При использовании этих критериев необходимо проверить их на отсутствие наложений, т.е. каждый из параметров не должен дублировать полностью или частично содержание другого критерия. Этого можно достичь за счет попарного сравнения всех критериев. Если содержательная часть одного критерия хотя бы частично воспроизводит другой, то такой критерий должен быть исключен из списка.

Важность каждого критерия определяется по средней оценке группой специалистов, в которую могут входить специалисты материально-технического отдела, специалисты планово-производственного отдела, главного инженера. Таким образом, средняя оценка по 10-бальной шкале дает более объективные результаты расчетов по выбору оптимального поставщика.

Для примера рекомендуемую методику применим для конкретной ситуации. В качестве информационной базы воспользуемся данными, представленными Тюменским дорожным ремонтно-строительным управлением (ТДРСУ). Для каждого критерия выбора поставщиков Тюменского ДРСУ вводится сокращение (в целях удобства) и определяется важность:

1. расстояние – 7 (А);
2. цена – 10 (Б);
3. качество – 3 (В);
4. условие платежа – 5 (Г);
5. условие получения товара – 9 (Д).

Следующим этапом является характеристика поставщиков с учетом выбранных критериев (табл. 1).

Таблица 1

Характеристики поставщиков щебня, битума и дорожной краски
для Тюменского ДРСУ за 2007 год

Поставщики	Критерии выбора поставщика				
	Расстояние, км	Цена, т.р.	Качество	Условие платежа	Получение товара
Поставщики щебня					
1. ООО«Сигма+»	42	373,22	Соответствует ГОСТу	Полная предоплата	Самовывоз, вывоз поставщиком после оплаты
2. ЗАО «Известняк»	216	384,51		Перечисление на р/с в течение 1 недели после выставления счета на предоплату	Вывоз после поступления денег на р/с
3. ОАО «Ураласбест»	295	381		Рассрочка платежа	
Поставщики битума вязкого					
1. ОАО «Сибнефть»	618	2797	Соответствует ГОСТу	Перечисление на р/с в течение 3 дней после выставления счета на предоплату	Вывоз после поступления денег на р/с
2. ООО «ЛУкойл-нефтеоргсинтез»	688	2418			
3. ОАО «Уфаоргнефть»	876	2460			
Поставщики дорожной краски					
1. ООО «ТАУ-С»	521	55,76	Соответствует ГОСТу	Полная предоплата	Вывоз по предъявлении платежного поручения, заверенного банком
2. ЗАО СП «Фарба-Смол»	521	65,80		Перечисление на р/с в течение 3 дней после выставления счета на предоплату	Вывоз после поступления денег на р/с
3. СП «СТИМ»	937	58,70			

Выбранные критерии попарно сравниваются между собой методом полуматрицы.

По заполненному треугольнику матрицы определяются наиболее часто встречающиеся критерии (табл. 2). Составляется список значимости этих критериев. При этом вполне вероятно, что некоторые критерии окажутся равнозначными.

Таблица 2

Матрица критериев поставки щебня, битума вязкого и дорожной краски

Сравнение критериев	А	Б	В	Г	Д	Частота	%	Ранг
А		Б	А	А	Д	2	20	3
Б			Б	Б	Д	4	40	1
В				Г	Д	0	0	5
Г					Д	1	10	4
Д						3	30	2
Итого						10	100	-

После оценки методом полуматрицы выявляется список упорядоченных критериев. В соответствии с составленным списком критериев поставщики оцениваются по десятибалльной шкале (табл. 3).

Таблица 3

Оценка поставщиков материальных ресурсов
по заданным критериям с учетом ранга

	Критерии по рангу					
	А	Б	В	Г	Д	Итого
Поставщики щебня						
1. ООО «Сигма+»	9	7	8	1	8	33
2. ЗАО «Известняк»	7	5	8	5	5	30
3. ОАО «Ураласбест»	6	6	8	9	5	34
Поставщики битума вязкого						
1. ОАО «Сибнефть»	4	4	8	4	5	25
2. ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез»	3	6	8	4	5	26
3. ОАО «Уфаоргнефть»	2	5	8	4	5	24
Поставщики дорожной краски						
1. ООО «ТАУ-С»	5	9	8	1	3	26
2. ЗАО СП «Фарба-Смол»	5	7	8	1	4	25
3. СП «СТИМ»	1	8	8	4	5	25

Согласно данной таблицы, выбирается наиболее предпочтительный поставщик. В данном случае оптимальными поставщиками щебня, битума вязкого и дорожной краски являются ОАО «Ураласбест», ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез», ООО «Тау-С» соответственно.

Однако при этой оценочной системе не принимается во внимание значимость каждого из критериев. Если добавить десятибалльную систему оценки значимости каждого из критериев, то получится другая, более

точная картина оценки поставщиков материальных ресурсов для Тюменского ДРСУ (табл. 4).

Таблица 4

Оценка поставщиков с учетом важности критериев

	Критерий					
	А	Б	В	Г	Д	Итого
Важность критерия	7	10	3	5	9	7
Поставщики щебня						
1. ООО «Сигма+»	63	70	24	5	72	234
2. ЗАО «Известняк»	49	50	24	25	45	193
3. ОАО «Ураласбест»	42	60	24	45	45	216
Поставщики битума вязкого						
1. ОАО «Сибнефть»	28	40	24	20	45	157
2. ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез»	21	60	24	20	45	170
3. ОАО «Уфаоргнефть»	14	50	24	20	45	153
Поставщики дорожной краски						
1. ООО «ТАУ-С»	35	90	24	5	27	181
2. ЗАО СП «Фарба-Смол»	35	70	24	5	45	179
3. СП «СТИМ»	7	80	24	20	45	176

После введения оценочного коэффициента важности критериев происходит изменение в приоритете выбора потенциального поставщика. Оптимальными поставщиками щебня, битума вязкого и дорожной краски, исходя из табл. 4, являются ООО «Сигма+», ООО «ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез» и ООО «ТАУ-С». Таким образом, последняя таблица дает объективную оценку поставщикам.

Полученные данные по рекомендуемой оценке выбора поставщиков материальных ресурсов весьма расходятся с данными полученными при анализе поставщиков, с которыми на сегодня ведутся тесные деловые отношения. Это говорит о том, что применяемая на сегодняшний день методика определения лучшего поставщика материальных ресурсов Тюменском ДРСУ не эффективна. В данном случае рекомендуется пересмотреть отношения с поставщиками ОАО «Ураласбест» и СП «СТИМ», с которыми Тюменское ДРСУ в последнее время работает, и провести сравнительную оценку данных компаний с ООО «Сигма+» и ООО «ТАУ-С».

Секция 9

ЭКОНОМИКА НАРОДОНАСЕЛЕНИЯ И ДЕМОГРАФИЯ

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ В ПЛАНИРОВАНИИ ФИНАНСОВЫХ ЗАТРАТ ОМС

© Лапасова В.В.*

Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова,
г. Саяногорск

Современное государственное здравоохранение столкнулось с противоречиями все возрастающей потребности населения на медицинские услуги и нарастающей ограниченностью предложения, обусловленное дефицитом финансирования, неэффективным менеджментом, в части экономического анализа и планирования, а также рационального использования экономических ресурсов. С другой стороны существует объективная реальность ежегодного увеличения расходов на оказание медицинской помощи вследствие старения населения, ухудшения состояния его здоровья, появления новых заболеваний, увеличения потребности в медицинской и социальной помощи.

Принципиальное значение в развитии здравоохранения приобретает охрана здоровья работающих, так как именно их фонд оплаты труда является основой для определения взносов в ОМС. Главная задача программы – объединение усилий ученых, представителей разных ветвей власти, социальных работников, руководителей государственных и негосударственных структур для решения проблем охраны здоровья населения, занятого в производстве. Современная ситуация в здоровье населения, в том числе трудоспособного возраста, требует определения путей преодоления и перелома негативных тенденций. Все более перспективной становится тенденция перехода от мер по снижению профессиональных болезней к мерам по обеспечению здорового рабочего места. Проблемы здоровья населения в стране требуют дифференцированных оценок; они во многом зависят от социально-экономических условия развития в стране. Вместе с тем, Россия в целом и даже регионы со сравнительно благополучной экономической ситуацией еще характеризуются чрезвычайно высокой смертностью населения по сравнению с развитыми странами; неоправданно высока разница в смертности трудоспособного населения между регионами России [1].

Характеризуя состояния здоровья населения страны, прежде всего, необходимо отметить наличие такой особенности, как существенная дифференциация показателей в региональном отношении. При этом имеются

* Аспирант кафедры «Финансы и кредит»

основания для условного подразделения субъектов Российской Федерации на несколько больших групп [2] (табл. 1).

Таблица 1

Дифференциация субъектов Российской Федерации

Группа	Регионы	Демографическая ситуация
Первая группа	Все регионы Центрального федерального округа; регионы Северо-Западного федерального округа - Санкт-Петербург, Ленинградская, Псковская, Новгородская, Калининградская, Вологодская области; регионы Южного федерального округа – Краснодарский и Ставропольский края, Астраханская, Волгоградская, Ростовская области; Приволжский федеральный округ; Уральский федеральный округ – Свердловская, Курганская, Челябинская области	Устойчивое состояние демографической стагнации, низкий уровень рождаемости, высокий уровень смертности, отрицательное значение естественного прироста населения, высокий удельный вес лиц пенсионного возраста
Вторая группа	Большинство регионов Дальневосточного федерального округа; часть северных регионов Сибирского федерального округа; Северо-Западный федеральный округ – республики Коми и Карелия; Мурманская и Архангельская области, Ненецкий автономный округ	Сочетание процессов естественной депопуляции с интенсивным миграционным оттоком населения
Третья группа	Этнические республики Южного федерального округа; Уральский федеральный округ – Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский автономные округа; Сибирский федеральный округ – республики Алтай и Тыва; Дальневосточный федеральный округ - Республика Саха, Якутия	Положительный естественный прирост, молодая структура населения
Четвертая группа	Некоторые регионы Приволжского, Сибирского и других регионов	Смешанные популяционные и миграционные процессы

Важным социально-экономическим показателем конкретной территории является финансовое обеспечение населения средствами обязательно медицинского страхования в расчете на 1-го жителя данной территории в год. Обеспеченность одного жителя средствами ОМС в 1998 году составила в среднем по Российской Федерации 216,4 руб., в 1999 году – 329,2 руб., в 2000 году – 495,3 руб., в 2001 году – 742,6 руб., в 2002 году – 926,3 руб., в 2003 году – 1196 руб., в 2004 году – 2935 руб., в 2005 году – 3903 руб. В силу неравномерности социально-экономического развития отмечается значительная дифференциация финансового обеспечения здравоохранения в субъектах Российской Федерации: в Чукотском, Таймырском, Ненецком, Ханты-Мансийском автономном округах эти величины (с учетом коэффициентов удорожания условной единицы бюджетной услуги) в 2005 году в 4-5 раз превышали уровень расходов в Республиках Северного Кавказа. В целом распределение субъектов РФ по значению этого показателя очень неравномерно: лишь примерно в четвертой части регионов он выше среднего уровня.

Уровень финансовой обеспеченности территориальных программ государственных гарантий оказания бесплатной медицинской помощи населению (то есть отношение размеров финансирования этих программ к рассчитанной величине их стоимости) составил в среднем по регионам 79 %, причем этот показатель даже несколько сократился по сравнению с 2004 годом (82 %). Только в 7 субъектах РФ он достигал в 2005 году 100 % и более (в 2004 году – 9). Дифференциация уровня финансовой обеспеченности территориальных программ государственных гарантий остается весьма высокой [3]. Сохраняется резкая разница показателей обеспеченности населения средствами ОМС, которая ведет к нарушению одного из основных принципов правового положения граждан в системе ОМС – принципа равенства в части гарантий прав граждан.

Если рассматривать динамику населения в виде потока в социальном пространстве, то на его пути образуются три основные компоненты этого пространства: социально-трудовая, социально-культурная и социально-экологическая. В настоящее время в России доминирует социально-трудовая компонента. В этих условиях воспроизводство населения подчинено требованиям человекопотребления. Рождение детей, образование, профессиональная подготовка, уклад и образ жизни, взаимодействие с природой – все это является средством для достижения именно этой цели. Результаты такого подхода проявляются в значительной распространенности заболевания, повышенных потерях здоровья населения в результате инвалидности и смертности, сокращающих трудоспособный период на 10-14 лет, и таком недовоспроизводстве населения, когда дети заменяют только одного из родителей, а жизненный потенциал восполняется менее чем на половину [4].

Принято считать, что главная причина депопуляции в нашей стране вызвана низкой рождаемостью. Да в России она достаточно низкая, но не ниже чем в Европе. Если там, на одну женщину приходится 1,5 рождений, то в России 1,3. Однако видимо приоритеты надо расставлять в следующей последовательности: на первом месте повышение рождаемости (70 % российских семей однодетные), на втором – снижение смертности (30 % умерших в стране – это люди трудоспособного возраста, что в 4,5 раза выше чем в странах ЕС); на третьем – эффективная миграционная политика.

Россия всегда отличалась высокой смертностью, но в прежние эпохи она компенсировалась еще более высокой рождаемостью. Вместе с тем, начиная с 1745 года и до 1992 года в России наблюдался естественный линейный рост численности населения от 15, 4 млн. человек до 144 млн. человек. То есть за последние 250 лет даже с учетом многочисленных войн и эпидемий население России выросло в 10 раз. С 1992 года по 2002

год (год последней переписи населения) родилось 147765 детей и умерло 234854 человек. Убыль за 10 лет составила около 9 млн. человек [5].

Численность постоянного населения Российской Федерации на 1 января 2006 г. составила 142,7 млн. человек и за прошедший год уменьшилась на 735,5 тыс. человек, или на 0,51 % (за 2004 г. – на 694,0 тыс. человек, или на 0,48 %). Сокращение численности населения происходило из-за естественной убыли населения, которая в 2005 г. увеличилась по сравнению с 2004 г. на 50,1 тыс. человек. Увеличившийся миграционный прирост на 12,7 % компенсировал численные потери населения. В 2005 г. в России отмечалось снижение числа родившихся (в 78 субъектах Российской Федерации) и увеличение числа умерших (в 47 субъектах).

В целом по стране превышение умерших над родившимися составило 1,6 раза (в 2004 г. – 1,5 раза), причем в 23 субъектах Российской Федерации оно составило 2,0-2,8 раза. Естественный прирост населения в 2005 г. зафиксирован только в 16 субъектах Российской Федерации (в 2004 г. – в 17 субъектах). В 2006 году демографическая ситуация в Российской Федерации улучшилась. Естественная убыль населения составила 689,5 тыс. человек (- 4,9 на 1000 человек населения), что на 17,3 % меньше, чем в 2005 году. Показатель естественной убыли населения на 1000 человек населения – самый низкий за последние 7 лет. В 2006 году родились 1476,2 тыс. детей, что на 16,1 тыс. детей (на 1,0 %) больше, чем в соответствующем периоде прошлого года. По сравнению с 2005 годом число умерших сократилось на 137,4 тыс. человек (с 2303,1 тыс. человек в 2005 г. до 2165,7 тыс. человек в 2006 г.), или на 6 %. В определенной степени это связано с началом реализации с 1 января 2006 года комплекса мер по повышению доступности и качества медицинской помощи, предусмотренных приоритетным национальным проектом в сфере здравоохранения.

Наметилась устойчивая тенденция к снижению осложнений и смертности от социально значимых заболеваний. Так, в январе-ноябре 2006 года по сравнению с аналогичным периодом 2005 года смертность от болезней системы кровообращения снизилась на 4,7 %; от болезней органов дыхания – на 12 %; от внешних причин смерти – на 10,3 %, в том числе от случайных отравлений алкоголем – на 19,7 %, от транспортных травм – на 6,3 %. Продолжает снижаться младенческая смертность. Число умерших детей в возрасте до 1 года уменьшилось на 1000 человек (с 14,8 тыс. в январе-ноябре 2005 г. до 13,8 тыс. в январе-ноябре 2006 г.), или на 6,8 %.

Проектирование мероприятий и программ развития и совершенствования охраны здоровья населения, увеличения продолжительности жизни включает оценку затрат общества на их проведение и получение результатов. Результатами является продление активной жизни граждан, которое выражается в снижении уровня смертности, заболеваемости, инвалидности и т.д.

Совершенно очевидным является тот факт, что система обязательного медицинского страхования не в состоянии в полной мере обеспечить население требуемой медицинской помощью. Поэтому, считаем целесообразным развитие системы добровольного медицинского страхования как системы дополняющей ОМС, но не заменяющей его.

На настоящий момент существует две схемы функционирования добровольного медицинского страхования, которые необходимо развивать и в дальнейшем:

1. *Страхователь (работодатель)* – страховщик (страховая медицинская организация) – основной исполнитель и поставщик медицинских услуг (медицинское учреждение);

2. *Страхователь (гражданин)* – страховщик (страховая медицинская организация) – основной исполнитель и поставщик медицинских услуг (медицинское учреждение)

При развивающемся рынке добровольного медицинского страхования страховые компании, взаимодействуя с поставщиками и исполнителями медицинских услуг способны предлагать страхователям новые страховые услуги, а медицинские учреждения предлагать высококвалифицированную медицинскую помощь. Очевидно, что внедрение добровольного медицинского страхования, является не только источником дополнительного финансирования здравоохранения, но и создает возможности перехода к новым методам управления деятельностью медицинского учреждения. Соответственно, становится возможным предоставление более высококачественных медицинских услуг и как следствие снижение заболеваемости и смертности населения.

Список литературы:

1. Щепин О.П., Овчаров В.К. Пути решения проблем здравоохранения. // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2004. – № 1. – С. 5.

2. Щепин В.О., Тишук Е.А. Аналитический обзор региональных особенностей здоровья населения России. // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2006. – № 1.

3. Шишкин С.В., Бесстремянная Г.Е., Чернец В.А. Организация финансирования и управления здравоохранением в регионах России в 2005 году. Общая характеристика. – М., 2006.

4. Бабенко А.И. К методологии социально-гигиенических исследований. // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. – 2004. – № 6. – С. 3.

5. Киселев А.С. Социологическая перспектива инновационного общества: Научно-практическое пособие. – М., 2007. – С. 52-53.

Секция 10

ЭКОНОМИКА ТРУДА И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

ФАКТОРЫ СПРОСА И ОГРАНИЧЕНИЯ НА ОЦЕНКУ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ТРУДА: ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

© Мартынова А.П.*

Государственный Университет – Высшая Школа Экономики,
г. Москва

Необходимыми институциональными условиями для проведения оценок эффективности государственной политики являются наличие спроса на результаты со стороны органов государственной власти и существование необходимых источников эмпирических данных. Для эмпирического исследования факторов спроса и существующих ограничений на оценку эффективности было проведен опрос госслужащих. Он показал, что основные ограничения для проведения оценки связаны с неразработанностью методологии, отсутствием данных, нечеткостью задач государственных программ.

Различные программы и услуги, направленные, прежде всего, на борьбу с безработицей, активно реализуются в рамках государственной политики на рынке труда, как за рубежом, так и в нашей стране. В последние годы роль программных методов государственного регулирования экономики в российской экономике возрастает. Большинство проектов, реализуемых в различных сферах российской экономики, направлено на достижение как чисто экономических, так и социальных целей. В задачи проектов входит улучшение положения различных групп населения. Учитывая подобную социальную направленность проектов логично предположить, что эффективность достижения целей должна рассматриваться через оценку воздействия проектов и программ на положение людей.

Необходимыми институциональными условиями для проведения оценки эффективности государственной политики являются наличие спроса на результаты со стороны органов государственной власти и существование необходимых источников эмпирических данных. Без заинтересованности властных структур в оценке эффективности программ, результаты оценок, проводимых в настоящее время экспертами из научных кругов, фактически не оказывают никакого влияния ни на выбор направлений и конкретных мер государственной политики, ни на оценку деятельности чиновников, ответственных за реализацию этой политики.

* Аспирант кафедры Экономики труда и народонаселения

Для эмпирического исследования факторов спроса и существующих ограничений на оценку эффективности автором было проведено анкетирование служащих Департамента стратегии социально-экономических реформ Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации.

Проведение оценки эффективности программ активной политики требует, как правило, значительных аналитических исследований, которые нередко выполняются специалистами из научных кругов в рамках научных исследований. Поэтому остановимся сначала на результатах анкетирования в части вопросов, касающихся научных исследований в целом: готовности и реальной возможности государственных служащих работать с этим источником информации.

По полученным результатам, подавляющее большинство респондентов декларирует позитивное отношение к возможности использования результатов научных исследований для решения различных проблем, с которыми государственным служащим приходится сталкиваться в своей работе. Более половины опрошенных признают возможность использования результатов научных исследований для решения следующих задач: для принятия управленческих решений, для мониторинга социально-экономической ситуации в стране, для ознакомления с зарубежным опытом проведения экономической политики и для оценки эффективности реализуемых правительством мер и программ социально-экономической политики.

Основными источниками научно-аналитической информации для опрошенных работников Министерства экономического развития и торговли являются статьи и публикации в экономических журналах (около 80 % респондентов), исследования по заказу Министерства (67 %), доклады международных организаций (46 %) и научные доклады, выполненные не по заказу Министерства (46 %). Меньшей популярностью пользуются такие, как правило, более сложные для восприятия и более объемные источники информации, как монографии, книги по научной проблематике, диссертации и Working papers. Последний источник вообще известен только части респондентов молодых возрастов. Регулярно читают экономические журналы всего лишь около 15 % всех опрошенных служащих. Около 20 % опрошенных вообще не используют ни один из перечисленных источников научной информации, и не указали каких-либо иных источников. Можно заключить, что респондентов в первую очередь интересует информация, приведенная к удобному для восприятия виду, в частности работы, выполненные по заказу Министерства. В меньшей степени респонденты готовы работать с собственно научной информацией.

Лишь около 10 % опрошенных готовы читать научные работы на иностранных языках, причем этот показатель достигнут исключительно за

счет более молодых респондентов. Научные работы, в которых используются сложные методы количественного анализа, эконометрики, математической статистики (например, регрессионный анализ), читают около 20 % респондентов.

Вывод о том, что в целом служащие министерства не готовы к восприятию работ, включающих математический анализ, особенно важен, если учитывать тот факт, что оценка эффективности политики современными методами, в частности, методом оценки воздействия, неизбежно включает использование достаточно сложного эконометрического аппарата. Получается, что многие госслужащие не только, скорее всего, не могут провести подобные оценки самостоятельно, ввиду незнания конкретных расчетных методик, но и не готовы вникать в детали научных работ, посвященных оценке, связанные с количественными расчетами.

Тема источников информации приобретает особое значение в свете распределения ответов на вопрос об основных препятствиях для широкого использования научных исследований на практике (рис. 1). Несмотря на то, что большая часть опрошенных использует различные источники научно-аналитической информации, наибольший процент респондентов (около 38%) признали самым важным препятствием отсутствие информация о том, где и как можно ознакомиться с результатами научных исследований. Вторым по важности препятствием выступает сложившееся у работников Министерства представление о том, что научные работы выполняются на основе устаревшей и не оперативной информации. Относительно менее важными факторами оказались неактуальность тем исследований, что свидетельствует об общем положительном отношении респондентов к содержательной стороне научных работ, а также сложность научных работ для восприятия. Однако, признавая актуальность тем научных исследований, многие респонденты при этом находят их не интересными для практиков.

Признание сложности научных работ для восприятия одним из наименее важных препятствий для применения результатов научных исследований, отчасти противоречит данным о неиспользовании госслужащими работ, задействующих математический инструментарий или работ, написанных на иностранных языках. Получается, что респонденты избегают обращения к более сложным для восприятия источникам научной информации, при этом не признавая существования проблем восприятия такой информации.

Основной практический интерес для служащих Министерства представляют следующие составляющие научных работ: результаты анализа российских эмпирических данных (выявленная динамика, тенденции, факторы и т.п.) и оценка эффективности мер проводимой социально-экономической политики. Рекомендации для органов исполнительной и

законодательной власти, а также анализ зарубежного опыта кажутся работникам Министерства менее интересными. Самый незначительный интерес вызывает методология исследований: около половины опрошенных признали эту составляющую исследований представляющей наименьший практический интерес, что еще раз подчеркивает нежелание и неготовность государственных служащих вникать в сложные методологические аспекты исследований. Косвенно данный факт указывает на незаинтересованность служащих в использовании опыта научных работ и использовании соответствующих подходов и методик в своей работе.

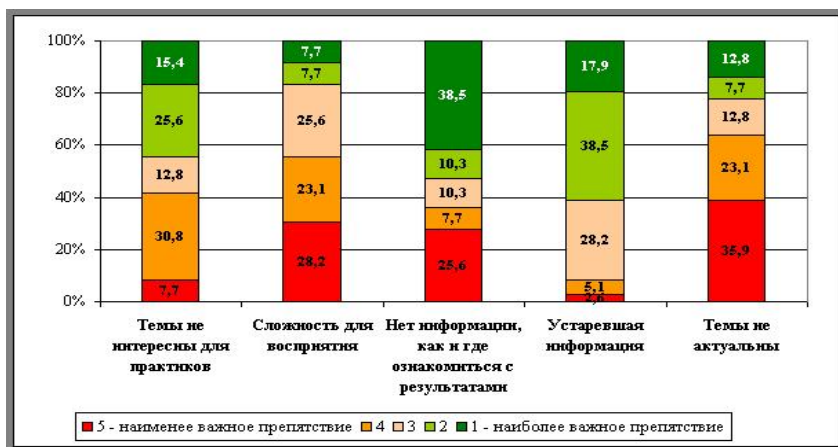


Рис. 1. Основные препятствия для более широкого использования научных исследований на практике

Говоря об основных факторах, затрудняющих проведение оценок эффективности государственных программ, респонденты наибольший вес придали неразработанности методик оценки эффективности. Что интересно, при этом, как было показано выше, служащие Министерства мало интересуются методологией, представленной в научных исследованиях. Таким образом, вырисовывается ситуация, когда осознание реальной проблемы не побуждает респондентов обращаться к научным работам в попытке найти решение. По всей видимости, определенную роль играет недостаточное знакомство с источниками научной информации: многие служащие не знают о существовании разработанных в научных кругах подходов к оценке эффективности программ.

За неразработанностью методологии следуют такие факторы, как отсутствие необходимой информации, данных о результатах реализации программ и нечеткая формулировка целей и задач проводимых государст-

венных программ, недостаток квалифицированных кадров, которые могли бы осуществлять оценку.

Вырисовывается ситуация, когда спрос на оценки эффективности государственной политики декларируется чиновниками, однако реальных действий для проведения оценок или хотя бы ознакомления с результатами, полученными в рамках научных исследований, не предпринимается. Государственные служащие достаточно единодушно признают необходимость проведения оценок эффективности политики. Многие также признают возможность использования результатов научных исследований для решения различных задач, стоящих перед органами исполнительной власти, в том числе и для оценки эффективности мер политик. Однако в реальности органы власти не вкладывают ресурсы в разработку методологического инструментария оценки, сбор информации о программах, обучение служащих. Более того, у многих чиновников отсутствует представление об основных источниках научно-аналитической литературы, они не готовы вникать в методологию научных исследований, особенно если используется сложный математико-статистический и эконометрический аппарат, читать работы на иностранных языках и т.п. Также существенным препятствием выступает отсутствие, как правило, в силу ряда независимых от исследователя причин, оперативности при написании научных работ, выполнение работ на основе устаревших данных. В результате даже те немногочисленные оценки эффективности отдельных государственных программ в России, которые выполнены в научных кругах, остаются без внимания людей, ответственных за проведение государственной политики. Отсутствие реального, а не декларируемого спроса на проведение оценок эффективности политики со стороны властных структур, безусловно, ограничивает возможности проведения оценок в российских условиях.

Список литературы:

1. Ниворожкина Л.И., Ниворожкин А.М., Профессиональное обучение и переподготовка безработных: статистическое оценивание эффекта активных программ на рынке труда // Вопросы статистики. – 2003. – № 6.
2. Прокопов Ф.Т. Безработица и эффективность государственной политики на рынке труда в переходной экономике России. – М.: Экономический факультет МГУ; ТЕИС, 1999.
3. Benus J., Brinza R.C., Cuica V., Denisova I., Kartseva M. Re-training programs in Russia and Romania: impact evaluation study. CEFIR Policy Paper № 32. 2004.
4. Dar A., Tzannatos Z. Active labor market programs: A review of the evidence from evaluations, 1999.

5. Heckman J., LaLonde R.J., Smith J. The Economics and Econometrics of Active Labor Market Programs. Handbook of Labour Economics, vol. 3, Edited by Ashenfelter A. and Card D. Elsevier Science, 1999.

6. Nivorozhkin A. Evaluation of Active Labor Market Policies in Russia. Conference papers. The 16th Annual Conference EALE (European Association of Labour Economics), Lisbon, Portugal, 9-11 September 2004.

МОТИВАЦИЯ ТРУДА ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ВУЗОВ НА МАТЕРИАЛАХ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ С 1985 ПО 1995 ГГ.

© Наумова Л.В.*

Тверской государственный университет, г. Тверь

В данной статье исследуется актуальная в настоящее время проблема мотивации труда. Она представляет собой систему, состоящую из стимулирования и личностной мотивации, которые находятся в постоянной взаимозависимости. Цель работы – выявить модель мотивации преподавателей вузов на основе проведенного анализа на материалах Тверской области с 1985 по 1995 гг.

Некоторое время назад в России труд перестал быть для многих людей смыслом жизни и превратился в средство выживания. В таких условиях не может идти речи ни о высокопроизводительном и эффективном труде, ни о росте квалификации работников и развитии их инициативы, ни о формировании сильной трудовой мотивации. Поэтому возникает необходимость создания такой мотивации труда особенно для преподавателей вузов, которая привлекала бы в науку их большее количество, полностью удовлетворяя их потребности и желания для повышения эффективности профессионального труда и, как следствие, для общего улучшения положения в стране.

Актуальность темы также определяется тем, что проблема мотивации труда преподавателей государственных вузов в России изучена недостаточно полно. Нет определенной схемы факторов, в действительности влияющих на мотивацию труда преподавателей вузов в целях повышения эффективности их работы. В основном мотивация труда рассматривается на примере влияния ее на работников промышленных предприятий, а если и рассматривается в отношении людей творческих профессий или ра-

* Аспирант кафедры Документационного обеспечения управления

ботников, занятых педагогической или инновационной деятельностью, то только поверхностно, не создавая при этом определенных мотивационных моделей применительно к профессорско-преподавательскому составу вузов. Игнорирование мотивации труда преподавателей приводит к снижению их заинтересованности в первую очередь в научной деятельности, тем самым снижая эффективность преподавательской деятельности, что отражается главным образом на знаниях и умениях студентов как будущих специалистов.

Таким образом, в связи со слабой изученностью темы, основной целью исследования является изучение системы мотивации труда преподавателей высших учебных заведений в 1985-1995 гг. на материалах Тверской области. Для раскрытия поставленной цели необходимо решение определенных задач.

Так, первоочередной задачей в связи с наличием огромного количества точек зрения на то, что представляет собой мотивация труда, является анализ и систематизация литературы по проблеме данного понятия. Это необходимо для выявления наиболее применимого для настоящего исследования определения системы мотивации трудовой деятельности и ее основных составляющих. Как следствие возникает вопрос о соотношении понятий мотивации и стимулирования труда.

Систематизация основных точек зрения, представленных отечественными исследователями, позволила выявить основные течения, в основном являющиеся односторонними взглядами на проблему. Так, первым и самым простым течением является подход, определяющий чисто внутреннее содержание, т.е. мотивация труда – есть внутреннее побуждение или намерение человека к совершению определенного действия [1]. Второе течение представлено авторами, идентифицирующими мотивацию и стимулирование труда, не беря во внимание психологию людей [2]. Третье течение наиболее полно разъясняет понятие мотивации, представляя его в виде сложного процесса и системы, состоящей как из внешней мотивации, так и из внутренней [3].

На основании данных позиций, необходимо использовать понятие мотивации труда как системы, состоящей из внутренней (личностной) и внешней (стимулирование труда) мотивации работника, находящиеся в непрерывной взаимозависимости. Также мотивация труда представляет собой взаимосвязь трех основных форм: поощрения, побуждения и принуждения, другими словами материальной, моральной и административной мотивации труда, состоящей уже каждая из своих подвидов.

Полученное нами определение определяет структуру всего исследования по проблеме мотивации труда преподавателей вузов, т.е. сначала необходимо изучить стимулирование, а затем психологическую мотивацию труда.

Изучение стимулирования целесообразно начинать не с конкретного предприятия или учреждения, а с его нормативно-правового регулирования в рамках государства. Таким образом, в хронологических рамках исследования возникает необходимость в выявлении и далее изучении в сравнении законодательной трудовой базы Советского Союза и Российской Федерации на начальных ее этапах развития. Это вызывает огромный интерес с точки зрения понимания общегосударственной политики в области стимулирования труда работников в одной стране с разными государственностями и разными экономическими системами.

Так, основными чертами стимулирующей политики государства в годы существования Советского Союза являлись следующие:

- огромная роль трудовых коллективов и профсоюзных комитетов в применении побуждающих и принудительных мер по отношению к работникам;
- широкое применение мер материального неденежного поощрения, включающего в себя улучшение жилищных условий (выдача квартир), направление на санаторно-курортное лечение и т.п.;
- гарантированное постоянство в повышении квалификации, рассматриваемое не только как преимущество профессорско - преподавательского состава вузов среди работников других профессий других организаций, но и как обязанность каждого работника Советского Союза;
- массовое применение принужденческий мер, обеспечивающих одну из первостепенных задач государства по укреплению социалистической дисциплины труда и поэтому имевшее повсеместное применение, уделяя особое внимание системе наказаний в отношении лиц, появившихся на рабочем месте в нетрезвом состоянии и пр. [4].

После распада СССР и образования Российской Федерации, на государственном уровне автоматически перестали действовать все законодательно прописанные нормы по стимулированию труда. Но так как нового законодательства до 1995 г. по регулированию стимулирования еще не сложилось, то единой концепции, которой должна была бы придерживаться вся страна, фактически не существовало.

Как следствие, вытекает задача по выяснению роли поощрения, побуждения и принуждения – всех трех факторов стимулирования преподавателей к труду на конкретном примере (в данном случае высших учебных заведений Тверской области).

Так, на основании проведенного анализа внутриорганизационной документации Тверского государственного университета, в основном представленной приказами по личному составу канцелярии и отдела кадров, а также протоколами заседания профсоюзного комитета вуза, представля-

ется следующая картина. Конечно же, стимулирование трудовой деятельности со всеми его формами проявления имело место быть. Так, поощрение находило свое выражение в материальном денежном (зарплата, премия, надбавки, доплаты) и неденежном (улучшение жилищных условий, путевки в санатории и т.п.) вознаграждении, побуждение – в объявлении благодарностей, получении почетных грамот, а также в возможности повышения квалификации, а наказание – в применении дисциплинарных взысканий [5].

Главным результатом исследования является то, что единый подход учреждения к стимулированию труда преподавателей отсутствовал. То есть достаточно часто применялись различные виды поощрения, но они не носили желаемого побуждающего характера преподавателей к научно-педагогической деятельности. Таким образом, никакой речи в то время не могло идти о единой мотивационной политике или модели в учреждении; только изредка наблюдались краткосрочные тенденции, сменявшие одна другую.

После проведенного анализа внешней составляющей системы мотивации труда преподавателей, логически предстает проблема изучения внутренней ее составляющей, то есть личностной мотивации.

Для решения поставленной задачи самым верным будет проведение анкетирования преподавателей, проработавших или поступивших на работу в период с 1985 по 1995 гг., т.е. их опрос на выявлении того, какие факторы побуждали их к научно-педагогическому труду. Так, по результатам социопроса, проведенного среди профессорско-преподавательского состава Тверского государственного университета, необходимо не только выявить основные мотивы, побуждающие их к трудовой деятельности, но и соотнести их со стимулирующими мерами учреждения, то есть представить полученные в ходе всех исследований результаты в виде системы, предполагающей оценку взаимовлияния и взаимозависимости составляющих мотивации труда и выявление наиболее и наименее влияющих стимулов на ее результативность.

Таким образом, для создания системы мотивации или общей мотивационной политики в государственном учреждении в отношении профессорско-преподавательского состава необходимо, в первую очередь, использовать в качестве направляющего звена в политики учреждения регулярно обновляющуюся нормативно-правовую базу государства. Также, и что особенно важно – применять на практике меры, действительно побуждающие к научно-педагогической деятельности на основании постоянного анализа и проведения социопросов на выявление эффективности использованных данных мер. Только тогда повысится престижность профессии преподавателя высшей школы, повысится уровень квалификации

молодых специалистов и начнется интенсивный развитие науки в современной России.

Список литературы:

1. Воробьев Г.Г. Человеческие ресурсы и современная служба персонала. // Социс. – 1996. – № 11. – С. 111; Пономарев И.П. Мотивация работой в организации. – М., 2004. – С. 133.
2. Комарова Н. Мотивация труда и повышение эффективности работы // Человек и труд. – 1997. – № 10. – С. 90; Соломанидина Т.О., Соломанидин В.Г. Мотивация трудовой деятельности персонала. – М., 2005. – С. 11.
3. Озерникова Т. Профессионализм и трудовая мотивация // Служба кадров. – 2002. – № 2. – С. 26; Славко Т.И. Мотивация труда в СССР в годы довоенных пятилеток (на материалах Тверского вагоностроительного завода) // Мотивация производственного труда и общественной деятельности. – Тверь, 2002. – С. 135.
4. Кодекс законов о труде РСФСР: Утв. ВС РСФСР 9 декабря 1971 // Ведомости ВС РСФСР. 1971. № 50. Ст. 1007, Об утверждении Основ законодательства Союза ССР и союзных республик о труде: Закон СССР от 15 июля 1970 // Свод законов СССР. – 1990. – Т. 2. – С. 184.
5. Государственный архив Тверской области (ГАТО). Ф.-Р. 1213. Оп. 1. Д. 4768. Л.32, Д. 6286-б. Л. 46, Архив Тверского государственного университета (Архив ТвГУ). Оп. 2. Д. 2909. Л. 205.

ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕНЕДЖЕР В СИСТЕМЕ БАНКОВСКИХ УСЛУГ: ВЛИЯНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

© Усова О.В.*

Уральский государственный технический университет – УПИ,
г. Екатеринбург

Настоящее исследование направлено на определение профессиональных и личностных (ключевых) компетенций в области HR – менеджмента банка.

На основании данных, полученных в ходе эмпирического исследования, была построена модель профессиональных и личностных компетенций менеджера по работе с клиентами банка.

* Доцент кафедры Организационной психологии, канд. психолог. наук

Предметом настоящего исследования является выявление системообразующих компетенций в построенной нами модели. При этом основной акцент делается на определяющих и дополнительных факторах системы эффективного менеджера.

Гипотезой служило предположение, что в модели эффективного менеджера в системе банковских услуг определяющими будут личностные (ключевые) компетенции.

Практическая значимость исследования заключается в поиске системообразующих качеств эффективного менеджера (по работе с клиентами) банка.

Данные, полученные в ходе исследования, позволяют использовать их при аттестации персонала банка и отборе на вакантные должности.

1. Проблема

Большинство современных российских банков фиксируют компетентность своих работников в понятиях квалификации (образование, профессиональные навыки и стаж работы). Квалификация работника (профессиональные компетенции) является формальным допуском к работе.

Однако часто подбор того или иного кандидата на вакантные должности осуществляется на интуитивном уровне работодателя. Данный принцип, по нашему мнению, не может служить основанием для научного решения проблемы и не гарантирует эффективность деятельности персонала в дальнейшем.

Ситуация осложняется и тем, что при подборе кандидатов по формальным признакам нет возможности предсказать уровень их личностных компетенций, а следовательно, и эффективность выполнения деятельности. Таким образом, назрела необходимость создания системы подбора персонала с учетом как формальных, так и неформальных показателей. По нашему мнению неформальным показателем может служить уровень выраженности личностных качеств у претендентов на должность.

Кроме того, мы осознаем, что в системе банковских услуг существуют специфические особенности должностных инструкций у различных категорий персонала. Поэтому, наш исследовательский интерес был направлен на выявление системообразующих и специфических компетенций менеджеров, присущих только конкретной должности. Данный подход к проблеме позволит, по нашему глубокому убеждению, во-первых, эмпирически выявить профессионально значимые компетенции для менеджеров банка. Во-вторых, осуществлять подбор менеджеров на должности с учетом их личностных особенностей (ключевых компетенций). В-третьих, наиболее рационально использовать человеческие ресурсы для повышения конкурентоспособности на рынке банковских услуг.

Цель исследования – на основании экспериментальных данных исследования профессиональных и личностных компетенций определить системообразующие факторы эффективного менеджера по работе с клиентами банка.

Предмет – влияния и взаимодействия профессиональных и личностных компетенций в модели эффективного менеджера банка.

Исследовательский вопрос заключался в том, чтобы выяснить какие из отобранных нами компетенций (профессиональные или личностные) будут определять систему эффективного менеджера по работе с клиентами банка?

Гипотезой служило предположение, что определяющими в модели эффективного менеджера в системе банковских услуг будут личностные (ключевые) компетенции.

2. Организация и методы исследования

2.1. Участники исследования

Участниками исследования были менеджеры крупных Российских банков Уральского региона и района Крайнего Севера в количестве 38 человек. Возраст участников исследования находился в диапазоне от 19 до 50 лет ($M = 39, 5$ лет; $SD = 10$ лет). Менеджеры имели опыт работы в системе банковских услуг от 2 до 12 лет. От участников и их работодателей было получено согласие на исследование.

Экспертами (для оценки эффективности деятельности менеджеров) выступали руководители высшего звена головного офиса банка и сотрудники службы персонала.

2.2. Оценка профессиональных компетенций

Экспертами были представлены данные об эффективности работы менеджеров по работе с клиентами (возраст, стаж работы в банковской системе, стаж работы в данном подразделении банка, количество заключенных менеджером договоров (в среднем – сумма за месяц)).

2.3. Оценка личностных (ключевых) компетенций

Для проведения исследования были использованы следующие методики и показатели.

Объем внимания измерялся тестом избирательности внимания Мюнстерберга.

Свойства темперамента. «Вопросник личности Айзенка» [EPQ-R, 1994].

Контроль за действием. Русская версия вопросника [Ю. Куль, НА-КЕМР-90].

Коммуникативные навыки. Определялись опросником «Умение выражать свои мысли» и «Умение слушать» [Урбанович А.А., 2004].

2.4. Анализ и обработка данных

Обработка данных проводилась в статистическом пакете Statistica (версия 5.5). Для тестирования выдвинутой гипотезы был использован корреляционный (по Пирсону) и одно, двух и трехфакторный (ANOVA/MANOVA) анализ (фиксированные эффекты, регрессионный подход, тип III SS, полиномиальный контраст).

3. Результаты

На основании трехфакторного дисперсионного анализа была построена следующая эмпирическая модель эффективного менеджера в системе банковских услуг.

3.1. Эмпирическая модель эффективного менеджера по работе с клиентами банка

На рис. 1. отражена эмпирическая модель эффективного менеджера по работе с клиентами банка.

Как следует из диаграммы на рис. 1, центральное место в данной модели занимают личностные (ключевые) компетенции менеджера – уровень внимания и эмоциональная стабильность.

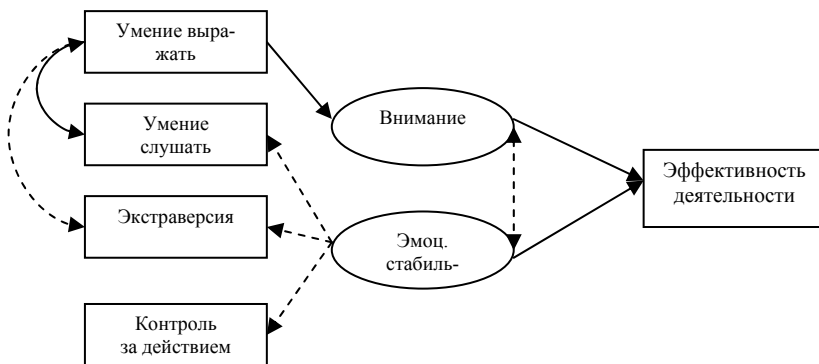


Рис. 1. Структурная диаграмма эффективного менеджера по работе с клиентами в системе банковских услуг (профессиональные и личностные компетенции)

Условные обозначения:

Примечания:

→ – влияние фактора на переменную; $p < .05$.

— – взаимодействия факторов; $p < .01$.

Незначимые влияния опущены.

Высокий уровень выраженности и взаимодействия данных компетенций свидетельствовал об эффективности выполняемой деятельности (количестве и сумме заключенных договоров).

Эмоциональная стабильность также оказала влияние на показатели личностных (ключевых) компетенций: «Умение слушать», «Экстравертированность» и «Контроль за действием».

Эти факторы вошли в систему эффективного менеджера как подсистема дополнительных ключевых компетенций. Причем, эти факторы влияют на эффективность деятельности менеджера опосредовано и только во взаимодействии с системообразующими факторами.

Следует отметить, что в данную модель из профессиональных компетенций, выбранных нами (возраст, стаж работы, коммуникативные навыки) вошли только показатели «Умение слушать» и «Умение выражать свои мысли». Наиболее оптимальным уровнем выраженности данных переменных был определен средний уровень.

4. Выводы и обсуждение

Проведенное нами исследование позволяет сформулировать следующие выводы:

1. *Личностные (ключевые) компетенции* являются системообразующими факторами в модели эффективного менеджера банка (эмпирическое свидетельство в пользу гипотезы).

2. *Профессиональные компетенции* оказывают влияние на эффективность деятельности менеджера по работе с клиентами банка только как дополнительные факторы и опосредованно через взаимодействие с личностными (ключевыми) компетенциями (дополнительное эмпирическое свидетельство в пользу гипотезы).

3. *Системообразующими факторами* в эмпирической модели эффективного менеджера по работе с клиентами банка являются внимание и эмоциональная стабильность. Для эффективного осуществления деятельности менеджера по работе с клиентами уровень выраженности данных компетенций определен как высокий.

4. *Профессиональные компетенции* (умение слушать и выражать свои мысли) являются избыточными для эффективного менеджера в системе банковских услуг.

Обсуждение

В данной работе употребляется термин «эмпирическая модель». Во-первых, этот термин употребляется в том смысле, что речь идет о результатах, добытых эмпирическим путем [Л.Я. Дорфман, 2004]. Во-вторых, этим термином подчеркивается, что речь не идет о полном описании профессиональных и личностных компетенций эффективного менеджера в

системе банковских услуг. Мы судим об эффективности деятельности менеджера через отношения профессиональных и личностных (ключевых) компетенций. Применение термина модели для описания эффективности деятельности менеджера означает, что такое описание носит частичный характер. Впрочем, такое описание является частичным, но не частным, так как «схватывает» наиболее существенные влияния вышеобозначенных факторов [Л.Я. Дорфман, 2004].

Список литературы:

1. Давыдов О.М., Ларионова Г.А. Структура системы оценивания профессиональных компетенций управления качеством у менеджеров предприятий автомобильной промышленности / Материалы Всесоюзной научно-практической конференции. – В 4-х ч. – Ч.1,2. ГОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т». – Екатеринбург, 2007. – 224 с.
2. Интегральная индивидуальность, Я-концепция, личность / Под ред. Л.Я. Дорфмана. – М.: Смысл, 2004. – 319 с.
3. Урбанович А. А. Психология управления: Учебное пособие. – Мн.: Харвест, 2004. – 640 с.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЗА СЧЕТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

© Чернов О.В.*

Сибирский Федеральный Университет,
Институт Цветных Металлов и Золота, г. Красноярск

Данная статья рассматривает проблемы привлечения в страну рабочей силы как условия реализации стратегии развития России в ситуации демографического кризиса; раскрывает факторы, влияющие на миграцию, и различные аспекты миграционной политики.

Трудовая миграция – это объективный процесс, через который прошла большая часть развитых государств мира. Задача общества, государства и бизнеса – минимизировать негативное влияние процессов трудовой миграции на государство и общество и усилить позитивное влияние этих процессов. Для понимания необходимости привлечения дополнительных

* Студент 4-го курса, кафедра экономической теории

людских ресурсов необходимо выделить аспекты, так или иначе влияющих на эту сферу. Одними из самых существенных аспектов в этой области являются: демографический, экономический и социальный.

Рассмотрим более детально каждый из них:

Демографический аспект

Текущая демографическая ситуация в нашей стране на данный момент характеризуется небольшим увеличением в 9 % динамики рождаемости, которая объясняется тем что пришло время для рождения детей многочисленному поколению начала 80-х, но в последующие годы ожидается только резкое снижение показателей воспроизводства. В то же время, только за последние годы, по данным Росстата, численность постоянного населения России уменьшилась в 1,3 раза (с 147 млн. чел. в 1997 г. до 109 млн. чел. в 2005 г.), а численность городского населения уменьшилась в 1,4 раза (с 142 млн. чел. в 1999 г. до 103 млн. чел. в 2005 г.). Кроме того, согласно прогнозу демографов ИСПИ РАН (1999 г.) при сохраняющейся тенденции естественной убыли численность населения России к 2050 г. по благоприятному варианту составит 89,6 млн., по наиболее вероятному (среднему) – 80,2 млн., по неблагоприятному – 71,4 млн. человек. Кроме того, если в 2001 – 2005 гг. прирост трудовых ресурсов страны был довольно значителен – 2,5 млн. человек, то уже с 2006 г. естественная убыль трудоспособного населения России приобретет обвальный характер (оценочно 3,2 млн. чел. в 2005 – 2010 гг., 5,2 млн. чел. в 2010 – 2015 гг.). Поэтому к 2015 г. на смену поколению, вышедшему на пенсию, придет почти на четверть численно меньшее поколение работающих граждан. По этой причине тенденция к старению населения будет постоянно увеличивать нагрузку на пенсионную систему Российской Федерации, и в полной мере это уже ощущают на себе практически все страны Европейского сообщества.

Надо быть реалистами и помнить о том, что в мире уже началась борьба за мигрантов. Она во многом обусловлена общей проблемой для европейских стран и США - наличием демографического кризиса. Дефицит трудовых ресурсов скоро станет самым острым из существующих дефицитов.

Экономический аспект

Россия, испытывавшая все последствия системного кризиса, выразившегося в резком спаде темпов экономического роста после смены политического строя, оказалась во многом не готовой к выработке адекватной переходному периоду миграционной политики.

В частности, в результате быстрых трансформаций экономических и политических основ российского общества и государства в начале 90-х

годов XX в. сложился определенный вакуум управляемости, выразившийся в частичном уходе государства от активной регулирующей роли в экономической сфере. Это не могло не отразиться на миграционной составляющей. Регулирование потоков трудовых мигрантов, позволяет стимулировать приезд востребованных по профессионально - квалификационному принципу специалистов в те регионы, где в них действительно нуждаются, но в результате рыночных реформ государство оказалось не готовым к адекватному реагированию на интенсификацию миграционных процессов. Произошел процесс быстрого «заполнения» высвободившихся социально-профессиональных «ниш» мигрантами в сфере торговли, услуг и т.д.

По прошествии данных событий образовался ряд проблем, которые необходимо преодолеть для улучшения эффективности кадрового потенциала. Перечислим самые существенные из них, с возможными вариантами решения:

- несбалансированное расселения мигрантов в основном в крупных промышленных центрах; решение по приезду каждого мигранта принимается после выявления его целей приезда, места проживания, дружеских и родственных связей.
- криминализация миграционных процессов; ужесточение штрафных мер в миграционном законодательстве, снижение издержек по ввозу иностранцев для прямых работодателей. Разработка механизма, благоприятствующего выходу из нелегальной сферы посредством предоставления налоговых преимуществ за использование иностранной рабочей силы.
- приток в Россию несоответствующей, а также низкоквалифицированной рабочей силы; мониторинг трудовых навыков мигрантов и разработка системы регулирования приезда с учетом данного аспекта. Выявление потребностей экономики с учетом региональной специализации. Так, например в Западной Сибири (Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский автономные округа) ведущими отраслями хозяйства являются нефтяная и газовая промышленность, поэтому среди иностранных работников наибольший удельный вес составляют строители (18 %), бурильщики (12 %), монтажники (11 %), машинисты (7 %). В Ростовской области преобладают угольщики (84 %), в Краснодарском крае и Московской области – представители строительных профессий (соответственно 68% и 87 %). Для заинтересованности необходимых людей важно создать систему комплексного оказания услуг трудовым мигрантам правового, страхового, финансового характера, содействия в подборе и аренде жилья и т.д. Эти услуги должны способствовать адаптации трудовых мигрантов, защите их прав и реализации интересов.

- утечки высококвалифицированных кадров из России в страны дальнего и ближнего зарубежья. Рассмотрим к примеру Сибирский Федеральный Округ, по данным службы статистики за 2006 г. число выбывших с высшим уровнем образования составляет 64292, число прибывших же 57513 человека. Что касается среднеспециального и среднего уровня, то разница здесь не столь кардинальна (95260, 97736 и соответственно выбывших – 98203, 100881). Отток из региона лишается самых ценных кадров для экономики и назревает срочное повышение привлекательности регионов, прежде всего, для высококвалифицированных работников. Здесь нужно повышение статуса интеллектуального труда в стране, поддержание престижа ряда профессий и направлений, обеспечение достойного уровня заработных плат, разработка системы социальных льгот и поощрений.
- система высшего и среднеспециального образования, вот уже несколько лет выпускающая работников не тех профессий, в которых испытывает нужду российская экономика. Регулирование коммерческой составляющей системы образования.
- угроза собственной национальной идентичности, чрезмерное влияние иностранной культуры и ментальности. Регулирование миграционных потоков необходимо осуществлять по принципу целевого добровольного переселения, но исходя из установленных лимитов, учитывающих нелегальную миграцию.

Социальный аспект

Данный аспект характеризуется социальной дезадаптацией населения, усилением дезинтеграционных процессов, росте преступности вследствие болезненной стадии перехода общества от социально-плановой к рыночной экономике. Первой реакцией на стихийные миграционные потоки, возникшие в результате коренных перемен середины 90-х, вполне объективно явилось административно-ограничительное реагирование, выразившееся в основном в пресечении нелегальной миграции. В настоящее время все более очевидной становится необходимость переосмысления государственного регулирования в рассматриваемой сфере, то есть формирование миграционной политики, как одной из составляющей частей социальной политики. Учет социального аспекта предполагает выработку действенных методов воздействия на условия, формирующие миграционное поведение с использованием как имеющихся административно-ограничительных, так и стимулирующих мер.

Рассмотрев данные аспекты, уместно подчеркнуть, что миграционная политика не должна ставить своей целью привлечение как можно большего количества мигрантов в страну, она должна решать все названные проблемы. Сегодня для управления сложившейся миграционной ситуацией

необходим системный подход, учитывающий все вышеперечисленные аспекты. Создание научно-методического обеспечения, включающее оперативную диагностику тенденций формирования миграционных потоков и миграционного поведения в Российской Федерации. Это предполагает, в свою очередь, создание системы социального мониторинга, использование банков данных о различных категориях мигрантов с учетом территориальной специфики миграционных процессов. На основе системного анализа можно сформировать следующие возможные направления миграционной политики по оптимизации миграционных потоков, среди которых:

- определение приоритетных отраслей хозяйства, особо нуждающихся в рабочей силе, и соответствующих профессий и вакантных должностей, на которые можно пригласить квалифицированных иностранных специалистов;
- выстраивание единой системы миграционного контроля от прибытия и размещения иностранцев до их выезда на родину;
- широкомасштабная и системная работа по социально - экономической и культурной адаптации как переселяющихся в Россию соотечественников, так и иностранцев;
- проведение мониторинга законности получения российского гражданства иностранными гражданами, в т.ч. из бывших союзных республик, попавших в поле зрения правоохранительных органов за противоправную деятельность;
- в кратчайшие сроки завершение формирования территориальных подразделений ФМС России, создать и отрегулировать механизм их информационного взаимодействия с органами внутренних дел Российской Федерации;
- привлечение широкой научной общественности, а не только узкого круга специалистов к обсуждению концептуальных основ миграционной политики, предлагаемых для первоочередной реализации.

Формирование эффективного механизма миграционной политики требует взаимоувязки интересов государства, негосударственных органов и частных структур, использующих иностранную рабочую силу. Необходимо уделить внимание большой группе соотечественников, которые выехали за рубеж с целью временного трудоустройства и в настоящее время продолжают работу за рубежом. По оценкам социологов, около 5 % наших сограждан заинтересованы в работе за рубежом, а значит, государство, бизнес и общество должны влиять на интересы данной группы.

В направлении:

- развития реальных возможностей для легального трудоустройства, особенно для потенциальных групп риска, наиболее подверженных обману как посредниками, так и зарубежными работодателями, –

- это неквалифицированные и низкоквалифицированные работники, желающие выехать за рубеж на сельскохозяйственные, строительные работы, в сферу услуг, и особенно для женщин (сфера услуг, домработницы и т.д.);
- активной информационно-консультационной деятельности о реальных возможностях работы за рубежом, что охладит многих желающих выехать за рубеж;
 - наконец, это комплекса мер по созданию предпосылок для возвращения в Россию трудовых мигрантов из-за рубежа, по содействию трудовым мигрантам в открытии малых предприятий, использующих знание, навыки, технологии, материально-технические ресурсы, полученные во время работы по трудовому контракту за рубежом.

Будущее сильной миграционной политики России возможно только на основе государственно-частно-общественного партнерства, объединения возможностей и ресурсов государства, бизнеса и гражданского общества.

Четкая концепция привлечения востребованных трудовых ресурсов, скоординированная работа всех государственных структур, прежде всего Роструда, ФМС и их территориальных органов, и объединение на этой платформе негосударственного сектора, являются условием для улучшения эффективности кадрового потенциала России.

Список литературы:

1. Бородин С.С. Трудовая миграция в Российской Федерации: возможные пути ее решения // Миграционное право. – 2007. – № 3.
2. Кузнецов Н.Г. Проблемы миграции и интеграции этнических мигрантов // Миграционное право. – 2007. – № 5.
3. Кутьян А.Д. Миграция в России: проблемы, прогнозы и перспективные направления государственной политики // Миграционное право. – 2007. – № 3.
4. Мичников А.А. Особенности и проблемы учета иммиграции в России // Миграционное право. – 2007. – № 4.
5. Лебедев А.А. Миграционные процессы и демография: некоторые аспекты взаимосвязи // Миграционное право. – 2007. – № 4.
6. Росстат. Население регионов сибирского федерального округа. Статистический сборник. – Красноярск – 2007.

Секция 11

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

ПОДХОДЫ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ УЧЕНЫХ К ЭКОНОМИКЕ КАЧЕСТВА

© Еналеева Ю.Р.*

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева,
г. Саранск

В последнее время интерес к вопросам экономики качества резко возрос со стороны отечественных руководителей и специалистов, появились многочисленные публикации на эту тему. Но, несмотря на актуальность данной проблематики до настоящего времени единый и целостный концептуальный подход к экономике качества отсутствует, степень изученности ряда теоретических и методологических проблем в данной области не отвечает реальным потребностям современной науки и практики. Поэтому российские предприятия сталкиваются с большими трудностями при внедрении системы управления стоимостью качества, оценке эффективности деятельности в области качества. В связи с этим возникает необходимость рассмотрения различных подходов к экономике качества, и, прежде всего тех, которые разработаны отечественными учеными.

Первые отечественные разработки, касающиеся экономического управления качеством, появились в конце 1960-х годов прошлого века. При изучении данного вопроса отечественные ученые практически не использовали зарубежный опыт, а сами исследования шли по принципиально другому пути. Это объясняется тем, что с одной стороны, технология построения исследовательских работ в СССР была такова, что даже при разработке конкретных прикладных методик обязательно приводилось их научное обоснование, в результате чего отечественные разработки отличаются более глубоким теоретическим анализом вопроса, в противовес зарубежному прагматическому подходу. Другая причина заключается в том, что разработки отечественных ученых базировались на иной, чем за рубежом, системе ценообразования, планирования и учета затрат. Особенностью отечественных исследований в области экономики качества является также то, что если зарубежные исследования были направлены на решение проблем отдельных предприятий и организаций, то в СССР основной задачей было повышение народнохозяйственной эффективности в целом, и проблемы управления качеством на отдельных предприятиях рассматривались исключительно в этом контексте. Поэтому использова-

* Доцент кафедры Управления качеством, канд. экон. наук

ние разработок зарубежных экономистов было практически невозможным.

Отечественные исследования в области экономики качества связаны с именами Д.С. Львова, А.В. Гличева, Е.М. Карлика, Я.Д. Плоткина, А.И. Будищевой, В.М. Шкловского, Д.С. Демиденко, К.М. Рахлина, Л.Е. Скрипко и других специалистов.

В начале 1970-х годов группой ученых под руководством Д.С. Львова были предприняты попытки оптимизировать уровни качества продукции на основе оптимизации народнохозяйственного эффекта и разработаны первые методики расчета экономической эффективности повышения качества и экономического ущерба, связанного с качеством изготовления продукции (брак, рекламации и др.). В это время активно стали проводиться исследования экономической сущности качества продукции и ее связи с основными категориями политэкономии – потребительской стоимостью и стоимостью. Результаты этих разработок нашли отражение в книге Д.С. Львова «Экономика качества продукции» [4]. Исследования, проводимые Д.С. Львовым послужили определенным толчком к изучению экономической природы качества.

Изучение практической стороны экономики качества в нашей стране было связано с развитием системно-комплексного подхода к управлению качеством. Так в середине 1970-х годов в СССР ленинградская школа ученых-экономистов под руководством Е.М. Карлика начала исследования стоимостного аспекта качества, продолжавшиеся почти 10 лет. Эти вопросы непосредственно касались вопросов классификации, оценивания и учета затрат на обеспечение и улучшение качества промышленной продукции. Карлик Е.М. и Демиденко Д.С. указали на необходимость разграничения затрат на повышение качества и на обеспечение требуемого качества. В классификации затрат на качество были учтены как затраты на повышение качества на стадии разработки изделий, прямые (текущие и капитальные) затраты при изготовлении продукции, так и затраты на качество в процессе эксплуатации [3].

Карлик Е.М. и Демиденко Д.С. также предложили классифицировать затраты на качество по степени их отражения в существующем учете (затраты учитываемые; учитываемые, но не показываемые в итоговой отчетности предприятия как затраты на качество; учитываемые, но не выделяемые из состава комплексных статей затрат на производство) [3].

Исследования П.П. Новиченко и Т.Д. Поповой были посвящены изучению учета и калькуляции себестоимости в управлении качеством. Авторами было предложено классифицировать затраты на качество по целевому направлению, центрам и времени возникновения, видам работ и мероприятий, источникам возмещения и местам осуществления затрат [5]. Достоинством данного подхода является наличие определяющего призна-

ка для каждой классификационной группы. Однако выбор категорий затрат скорее является частным, что затрудняет их использование в общих случаях.

Большое внимание вопросам экономики качества в своих исследованиях уделял С.Н. Семенов. Он предложил способы расчета капитальных и единовременных затрат по функции управления качеством, разработал модель математического программирования процесса управления исследуемыми затратами. С точки зрения ученого, система учета затрат на обеспечение качества должна быть органически связана с системой учета затрат по управлению производством в целом. При этом систематический анализ затрат на качество следует рассматривать как важнейший метод анализа резервов по функции управления качеством. В этой связи целесообразно установить специальные стандарты предприятий, обеспечивающих систематический контроль за динамикой доли этих затрат в смете затрат на производство, а также за оптимальным соотношением отдельных элементов этих затрат. Планирование затрат по качеству и контроль за фактическими отклонениями даст возможность активно устранять причины нерациональных затрат по качеству. При этом при проведении анализа затрат на качество фактический их уровень должен сравниваться с рядом показателей: с планируемым уровнем затрат; с возможным их перспективным уровнем в данном производственном подразделении, на предприятии в целом; с прогрессивными нормативами отрасли; с лучшими достигнутыми показателями затрат на качество на родственных предприятиях. Если по результатам проведенного анализа делается вывод о том, что уровень затрат на качество является недостаточным или завышенным, то принимается решение о разработке дополнительных мероприятий по их оптимизации [7]. На наш взгляд, подход С.Н. Семенова к процессу управления затратами на качество имеет определенные достоинства и был достаточно прогрессивным для своего времени.

Будищева А.И. и Плоткин Я.Д. основной акцент в своих исследованиях сделали на содержание процесса регулирования затрат на обеспечение качества. По мнению авторов, сущность производственных затрат на обеспечение качества продукции заключается в том, что они имеют место в тех случаях, когда нужно уменьшить рассогласование между фактическими и заданными показателями качества. Если бы производственная система функционировала в идеальном режиме, то затрат на обеспечение качества не было или они были бы минимальны. Большая роль в решении проблемы обеспечения качества возложена на системы управления качеством. При этом экономическим результатом функционирования такой системы должно быть достижение заданного уровня качества изделий, а сам процесс функционирования должен основываться на регулировании качества [1]. Однако предложенные авторами методы регулирования

предполагали использование многочисленных математических и статистических расчетов и оказались трудными для понимания и применения в практических условиях.

Таким образом, разработки в области управления экономики качества в большинстве своем остались невостребованными по причине практической невозможности и бессмысленности организации учета затрат на качество на промышленных предприятиях СССР.

Современные исследования в данной области весьма разнообразны и довольно противоречивы. Выход в свет международных стандартов ИСО серии 9000 привели к повышению интереса руководителей к вопросам управления затратами на качество и появлению множества публикаций на эту тему. Однако эти публикации часто не отражают реального положения вещей ни по вопросам теории, ни по результатам практического применения экономических методов в системе менеджмента качества.

Среди современных разработок отечественных экономистов в области экономики качества нельзя не отметить исследования проводимые К.М. Рахлиным и Л.Е. Скрипко. Ими разработаны основы методологии определения затрат на качество, принципы их планирования и учета [6, 8]. Классификация, предложенная этими экономистами охватывает большое количество необходимых признаков и позволяет классифицировать затраты в зависимости от целей и задач их определения, анализа и учета.

Горбашко Е.А., Леонова Т.И. и другие экономисты рассматривают затраты на качество как один из механизмов экономического описания деятельности в системе менеджмента качества и классифицируют их исходя из отношения к механизму управления. При этом в основу классификации положена идея о том, что существуют затраты, являющиеся объектом управления в системе качества (управляемые затраты), и есть затраты, направленные на изменение управляемых затрат (управляющие затраты). При этом затраты действуют только в рамках отдельных областей управления и позволяют оценить эффективность управляющего воздействия. В соответствии с двойственной моделью управления качеством затраты делятся на системные (в рамках системных процессов системы качества) и внесистемные (в рамках внесистемных процессов) [2].

В настоящее время многочисленные публикации в области экономики качества посвящены менеджменту затрат на качество процессов (видов деятельности в системе менеджмента качества). Данная модель предполагает группировку затрат на процесс по двум основным категориям: затраты на обеспечение соответствия требованиям и затраты, вызванные несоответствием. Этот метод используется, когда необходимо идентифицировать критические области производственной деятельности, оптимизировать затраты на качество, выявить неэффективные виды деятельности и снизить затраты на качество без ущерба самому качеству. Основным ис-

точником информации о стоимости качества в этом случае будут данные специального (управленческого) учета. При этом менеджмент качества организации рассматривается как цепочка взаимосвязанных и взаимозависимых процессов (видов деятельности), привязанных к центрам деятельности (или центрам ответственности), каждому из которых соответствуют конкретные статьи затрат на качество. Одним из достоинств применения процессного подхода при построении системы менеджмента качества является возможность «рассмотрения процессов с точки зрения добавления ценности и достижения результатов в показателях работы и эффективности». Таким образом, одной из основных характеристик процессов следует считать их эффективность. Модель менеджмента затрат на качество процессов соответствует международным требованиям к системам менеджмента качества (стандарты ИСО серии 9000:2000), направлена не только на повышение удовлетворенности потребителей, так и на достижение финансовых результатов и выгод организации-производителя. Применение процессного подхода является и одним из принципов всеобщего управления качеством [8].

Таким образом, многие годы считалось, что экономика качества ограничивается только учетом и анализом затрат на качество. Современные научные разработки отечественных ученых показывают, что управление затратами на качество является лишь одним из методов финансового менеджмента в системе менеджмента качества, позволяющим решить свои специфические задачи. Однако для достижения ощутимых результатов управление затратами на качество должно сочетаться с другими методами финансового менеджмента в области качества. Поэтому разработки российских ученых в области экономики качества, постоянно переосмысливаются, дополняются и находят свое отражение в исследованиях современных экономистов.

Список литературы:

1. Будищева И.А., Плоткин Я.Д. Регулирование затрат на обеспечение качества продукции. – М.: Изд-во стандартов, 1989.
2. Горбашко Е.А. Управление качеством и конкурентоспособностью: Учеб. пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001.
3. Карлик Е.М., Демиденко Д.С. Затраты на обеспечение и повышение качества продукции. Их классификация // Стандарты и качество. – 1977. – № 8.
4. Львов Д.С. Экономика качества продукции. – М.: Экономика, 1972.
5. Новиченко П.П., Попова Т.Д. Учет затрат на улучшение качества продукции. – М.: Финансы и статистика, 1986.
6. Рахлин К.М., Скрипко Л.Е. Принципы планирования и учета затрат на качество // Стандарты и качество. – 2000. – № 3.

7. Семенов С.Н. Резервы управления качеством. Вопросы теории, анализа и измерения. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 1984. – 159 с.

8. Скрипко Л. Экономическое управление качеством: теория и методология. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006. – 203 с.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

© Пепеляева Н.А.* , Балобанова О.В.♦

Тюменский государственный архитектурно-строительный
университет, г. Тюмень

Оценка эффективности системы управления качеством продукции предприятия, включающая оценку эффективности выполнения каждой из функций управления качеством в отдельности, показывает необходимость совершенствования данной системы и способствует принятию решения о целесообразности реализации предлагаемых мероприятий.

В современной рыночной экономике основным конкурентным преимуществом любого предприятия становится качество производимой продукции. Для обеспечения качества нужна не только соответствующая материальная база и заинтересованный квалифицированный персонал, но и организованная на современном уровне, эффективная система управления качеством продукции.

Анализ действующей системы управления качеством продукции на Тюменском ремонтно-механическом заводе (ТРМЗ), позволил выявить следующее.

Действующая политика в области качества слишком абстрактна и не учитывает особенностей функционирования завода. В ней не показана непосредственная зависимость эффективной деятельности завода от уровня качества его продукции. Не обозначена и связь между эффективным управлением качеством и работой персонала.

Планирование в области качества на ТРМЗ ограничивается разработкой плана производства. Не планируется ряд важных показателей качест-

* Доцент кафедры Экономической теории и права, канд. экон. наук

♦ Студентка

ва, например, количество отклонений, величина и структура затрат на качество продукции.

Организация работ по качеству также не лишена недостатков. Существует дублирование функций, отсутствуют такие важные функции как правовое обеспечение качества, совершенствование организационной структуры управления качеством, прогнозирование потребностей рынков сбыта. Функции отдела обеспечения качества замкнуты на контроле качества. В цепочке управления качеством продукции игнорируются функции обеспечения качества в процессе транспортировки, реализации и эксплуатации.

Анализ уровня качества продукции и его динамики показал ухудшение качества продукции ТРМЗ. Анализ выявленных отклонений позволил сделать вывод о том, что основной причиной снижения качества продукции является человеческий фактор, незаинтересованность работников в результатах своего труда.

Набор мер стимулирования работников к повышению качества продукции ограничен и не учитывает личностные особенности работников, которые плохо представляют свою роль в деле обеспечения качества продукции. Программа подготовки и повышения квалификации персонала при всех своих достоинствах не включает теоретические основы обеспечения качества.

Контроль качества продукции на ТРМЗ организован грамотно, однако проводится по ограниченному набору показателей, которые не дают полной информации об уровне качества изделий.

Главным недостатком действующей на заводе системы информации о качестве является отсутствие закрепления функции ее сбора и обработки за конкретным работником, вследствие чего часть информации о качестве теряется. Перечень видов взаимодействия с внешней средой по вопросам качества ограничен и не обеспечивает выполнения этой функции в полном объеме.

Оценить эффективность системы управления качеством продукции в целом, можно с помощью следующей формулы:

$$K_{\Sigma} = \frac{\sum_{i=1}^n K_i}{n}$$

где K_{Σ} – коэффициент эффективности системы управления качеством, доли ед.;

K_i – коэффициент эффективности (степень выполнения) i -той функции, доли ед.;

n – число функций управления качеством.

Значение коэффициента 1-0,9 считается хорошим: система качества функционирует нормально, успешно обеспечивает выполнение работ. Значение 0,89-0,75 считается приемлемым: система качества обеспечивает выполнение нормативных требований качества, но отдельные элементы требуют доработки. Значение 0,74-0,51 считается пределом: система качества работает со срывом и не позволяет обеспечивать выполнение задач по качеству. Значение коэффициента менее 0,5 является неприемлемым, так как свидетельствует о том, что система качества не решает поставленных задач по качеству, требуется полный пересмотр ее функционирования и разработки заново [1, С. 139-140].

Расчет коэффициента эффективности системы управления качеством продукции ТРМЗ по результатам ее анализа представлен в табл. 1.

Таблица 1

Расчет коэффициента эффективности системы
управления качеством продукции на ТРМЗ

№ п/п	Функция управления качеством	Оценка в баллах	Коэффициент эффективности функции, доли ед.
1	Политика в области качества	4	0,400
2	Планирование качества продукции	1	0,100
3	Организация работ по качеству	5	0,500
4	Мотивация персонала	2	0,200
5	Обучение персонала по вопросам качества	1	0,100
6	Контроль качества продукции	7	0,700
7	Информация о качестве	3	0,300
8	Взаимодействие с внешней средой по вопросам качества	6	0,600
Коэффициент эффективности системы управления качеством, доли ед.			0,363

Коэффициент эффективности системы управления качеством, имеющий значение менее 0,5, свидетельствует о том, что она не решает поставленных задач по качеству и нуждается в совершенствовании.

Этот процесс следует начать с пересмотра политики завода в области качества. Основную цель деятельности ТРМЗ в области качества можно сформулировать следующим образом: выпуск квалифицированными работниками завода высококачественной продукции, полностью удовлетворяющей требованиям потребителей, при постоянном повышении ее качества и снижении издержек на ее производство с целью повышения эффективности функционирования завода.

Функцию планирования в области качества следует дополнить разработкой ряда планов по качеству, а содержание плана производства должно быть расширено.

Следует изменить и организацию управления качеством продукции ТРМЗ. Отдел обеспечения качества должен взаимодействовать фактически со всеми подразделениями завода, а также с внешней средой по вопросам качества. Для повышения эффективности системы управления качеством следует перераспределить некоторые функции управления, исключить дублирование функций, ввести новые.

Целесообразно изменить систему премирования работников за качество, оставив объемы финансирования в прежнем размере. Предлагается осуществлять поощрения за результаты труда в зависимости от категории и обязанностей работника. В целях повышения заинтересованности работников рекомендуется использовать коллективные методы управления, применять нематериальное стимулирование (наставничество, конкурсы профессионального мастерства, присвоение почетного звания, объявление благодарности).

В существующие программы обучения персонала следует включить вопросы обеспечения качества продукции и разработать специальные курсы по управлению качеством для разных групп работников.

Для повышения эффективности контроля качества основных видов продукции предлагается система показателей, объективно отражающих способность изделия удовлетворять требования его потребителей. Развитие системы информации о качестве связывается с необходимостью закрепления функции сбора, систематизации и выдачи такой информации за одним из специалистов отдела обеспечения качества.

Взаимодействие с внешней средой по вопросам качества необходимо расширить, включив в него работы по отслеживанию законов и нормативных актов в области качества, сбор и анализ информации о научно-техническом процессе. Для оценки удовлетворенности потребителей качеством поставляемой продукции разработана анкета потребителя продукции.

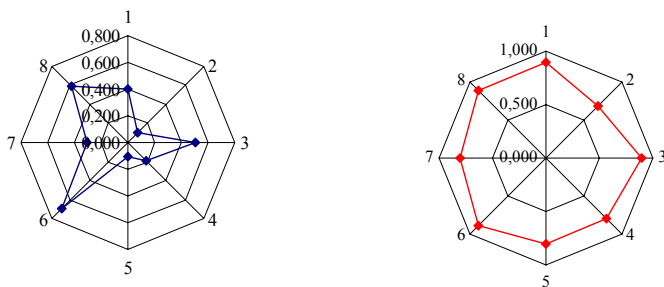


Рис. 1. Сравнение степени выполнения функций управления качеством до и после реализации разработанных мероприятий

Для определения целесообразности осуществления предложенных мероприятий по совершенствованию системы управления качеством необходимо оценить влияние этих мероприятий на эффективность функционирования этой системы в целом.

На рис. 1 наглядно показано изменение эффективности выполнения функций управления качеством продукции за счет разработанных мероприятий.

В табл. 2 приведен расчет показателя эффективности системы управления качеством продукции до и после проведения предложенных мероприятий.

Таблица 2

Оценка эффективности системы управления качеством продукции на ТРМЗ за счет реализации разработанных мероприятий

№ п/п	Функция управления качеством	Коэффициент эффективности функции, доли ед.		Изменение	
		до реализации мероприятий	после реализации мероприятий	абс., доли ед.	отн., %
1	Политика в области качества	0,400	0,900	0,500	125,00
2	Планирование качества продукции	0,100	0,700	0,600	600,00
3	Организация работ по качеству	0,500	0,900	0,400	80,00
4	Мотивация персонала	0,200	0,800	0,600	300,00
5	Обучение персонала по вопросам качества	0,100	0,800	0,700	700,00
6	Контроль качества продукции	0,700	0,900	0,200	28,57
7	Информация о качестве	0,300	0,800	0,500	166,67
8	Взаимодействие с внешней средой по вопросам качества	0,600	0,900	0,300	50,00
	Коэффициент эффективности системы управления качеством	0,363	0,838	0,475	131,03

Таким образом, коэффициент эффективности системы управления качеством благодаря осуществлению предложенных мероприятий увеличится в 2,3 раза и составит 0,838. Такое значение показателя соответствует состоянию системы управления качеством, при котором обеспечивается выполнение требований качества, но отдельные элементы требуют доработки. Однако если учесть, что значение коэффициента стремится к верхней границе интервала (0,75; 0,89), можно сказать, что в целом система управления качеством ТРМЗ будет функционировать достаточно эффективно.

Список литературы:

1. Шилова Н.Н., Чикишева Н.М. Управление качеством в строительстве: Учебн. пособие. – Тюмень: «Академия», 2005. – С. 139-140.

Секция 12

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В МАШИНОСТРОЕНИИ

© Хухарев А.В.^{*}, Ухтомский В.Г.[♦]

Ярославский государственный технический университет,
г. Ярославль

В работе приведен анализ влияния результатов реализации инвестиционных проектов на экономическую безопасность машиностроительного предприятия

Практический опыт проведения мероприятий по обеспечению экономической безопасности инвестиций в машиностроительной отрасли РФ свидетельствует о наличии комплекса проблем, в результате приводящих к неудачам в реализации проектов.

Реализация инвестиционных проектов, связанных освоением новых видов продукции и технологий, требует достаточно больших инвестиционных затрат. Такие проекты должны учитывать большое число переменных факторов, а также степень соответствия выбранных методов оценки эффективности целям и задачам проекта. Крупные инвестиционные проекты и вызывают значительные изменения в результатах хозяйственной деятельности предприятия и, как следствие, в стоимости бизнеса. Ошибка в оценке эффективности проектов может привести к ощутимым финансовым рискам и потерям.

Существует несколько основных причин расхождения между проектными и фактическими показателями эффективности инвестиционных проектов.

Во-первых, сознательное завышение эффективности инвестиционного проекта отдельными участниками проекта для получения определенных финансовых ресурсов. В этом случае необходимо привлекать независимых экспертов к проверке объективности расчетов, связанных с оценкой эффективности.

Во-вторых, недостаточный учет факторов риска и неопределенности, возникающих в процессе использования инвестиционных проектов.

В качестве примера рассмотрим проект по модернизации производства компонентов к основной продукции машиностроительного предприятия.

^{*} Заместитель директора по защите ресурсов ОАО «Авто-дизель»

[♦] Доцент кафедры Экономики и управления, канд. техн. наук, доцент

Задание на проектирование предполагало разработку технологии и организацию производства годовым объемом в 200000 единиц в новом производственном корпусе, рассчитанном по производственным, административно-бытовым, вспомогательным и технологическим площадям, инженерным сооружениям и коммуникациям на выпуск 400 000 единиц в год. В последствии бизнес-план проекта был скорректирован на выпуск 600000 единиц.

Однако, на стадии строительства технология по данному проекту еще находилась в стадии разработки. Базовые и основные детали находились в постоянном усовершенствовании, а проектная производительность находилась в состоянии неопределенности. Для выбора основного технологического оборудования использовались данные по техническим, физическим и габаритным характеристикам аналогов.

Как следствие на момент реализации проекта отсутствовал утвержденный пакет документов с расчетами, подтверждающими достижимость заданных технико-экономических показателей.

По факту, на момент проведения анализа проект реализовывался исходя из объема выпуска 400 000 шт. с возможностью расширения производства до 600 000 шт., но уже в рамках отдельного инвестиционного проекта. Хотя окупаемость первоначального инвестиционного проекта была рассчитана с учетом увеличения производственной программы проекта к пятому году его реализации до 600 000 шт.

В связи с этим, возникают риски недостижения запланированных показателей проекта (сроки реализации, бюджет, технико-экономические показатели), вызванные отсутствием окончательно утвержденного технологического пакета, а также вызванная этим необходимость постоянных переделок.

Кроме того, анализ показал слабую проработку маркетинговой стратегии. При изучении ряда предыдущих инвестиционных проектов на стадии их реализации также было выявлено отсутствие глубоких маркетинговых исследований, включающих получение заявок по объемам и ценам от групп потенциальных потребителей, и конкурентный анализ.

Во многих анализируемых инвестиционных проектах не был сформирован детальный бюджет на весь период реализации проекта, не организована проектно-ориентированная система бюджетного планирования и неупорядочен учет затрат по проекту. Отсутствовали ключевые документы, на основании которых возможна детальная проработка бюджета проекта на весь период реализации, прежде всего ТЭО, сводный сметный расчет, иерархическая структура работ проекта.

Так в приведенном выше примере выполнение ранних работ на строительной площадке велось без утвержденного детального бюджета. Договоры на ранние работы были заключены по договорным ценам с неопре-

деленными объемами и без фиксации единичных расценок по видам работ. Приемка работ осуществлялась без подтверждения суммы выполненных работ, выставляемых к оплате, выполненными объемами и расценками.

Затраты на содержание команды проекта и косвенные затраты по проекту не учитывались в бюджете проекта, и были включены в общий административно хозяйственный бюджет предприятия. Поэтому стоимость проекта была неполной. Таким образом, итоговая оценка бюджета по проекту не соответствовала действительной.

Более тщательный подход необходим и к разработке сетевых планов реализации проекта. Так в проекте по организации производства новой модели изделия отсутствовали контрольные сроки внутри этапов проекта. График реализации этого проекта был укрупненным и не содержал технологических связей как в рамках одного процесса, так и между процессами. Он поддерживался персонально менеджером проекта, а возможности по детализации и актуализации графика были ограничены из-за отсутствия специалистов по планированию. В результате произошел срыв сроков реализации проекта.

Существенные трудности в реализации инвестиционных проектов в сфере машиностроения возникают в связи с ошибками в расчетах целевой себестоимости продукта. Эти ошибки выявляются в процессе контрактации с поставщиками проекта, когда целевая себестоимость продукта начинает превышать его целевую цену. Особенно это актуально в случаях, когда доля импортных комплектующих в изделии превышает 50 %.

Кроме того, при проверке вышеупомянутых инвестиционных проектов был выявлен ряд технических ошибок, связанных с применением методик расчета окупаемости инвестиционных проектов. Многие из крупных российских компаний для определения эффективности инвестиционных проектов применяют собственные методики и показатели, не всегда соответствующие реальным условиям. В частности применяются заниженные показатели инфляции и дисконтирования, не учитывается стоимость привлечения заемных денежных средств и т.д.

Основными причинами этого, являются: отсутствие опыта реализации инвестиционных проектов в машиностроении и низкая квалификация исполнителей проекта.

Следует отметить, важный фактор, связанный с привлечением для реализации инвестиционных проектов иностранных инжиниринговых и проектных организаций, а также консультантов. Во многих случаях расходы на оплату услуг иностранных специалистов себя не оправдывают. Расценки иностранных инжиниринговых организаций, зачастую при сомнительном качестве услуг, на порядок превышают стоимость услуг российских проектных институтов. При этом, иностранные организации, как правило,

не обладают информацией о действующих в РФ нормах проектирования, и результаты их труда требуют адаптации к российским условиям.

Так, в ходе аудита одного из реализуемых в настоящее время инвестиционных проектов, была выявлена следующая ситуация. Для проектирования вновь создаваемого производства был задействован российский проектный институт, стоимость услуг которого составляла около 50 млн. рублей. Параллельно для проектирования технологической части производства и основных бизнес-процессов была привлечена иностранная инженеринговая организация, услуги которой составили 8 млн. Евро. В процессе проектирования эта организация неоднократно срывала сроки, а представляемая ею документация требовала существенных корректировок. Поэтому к выбору иностранных проектировщиков и консультантов следует подходить с особой осторожностью.

Особо следует обратить внимание и на выбор поставщиков технологий, оборудования и услуг. Практика проведения тендеров на закупку оборудования иностранного производства свидетельствует о высоком уровне коррупции среди менеджмента компаний. В результате коммерческого подкупа и подтасовки предтендерной документации компаниями приобретается оборудование далеко не с оптимальным соотношением «цена-качество». При этом, как правило, сотрудники предприятия от процедуры голосования при выборе поставщиков бывают отстранены.

Так в результате проведенной проверки установлен ущерб, нанесенный предприятию, выбором поставщиков оборудования для вновь создаваемого производства.

Выбран поставщик автоматической линии, стоимость которой на 106,5 млн. рублей превысила стоимость предложений прочих поставщиков.

Поставщик металлообрабатывающего оборудования являлся посредником. При этом стоимость его коммерческого предложения была выше прочих полученных предложений на 49 млн. рублей.

Тендер на проектирование и строительство предприятия выиграло общество с ограниченной ответственностью, не имеющее лицензии ни на проектирование, ни на строительные работы. Контракт с этим обществом был заключен в форме договора поручения.

Для обеспечения экономической безопасности инвестиционных проектов в машиностроении мы считаем целесообразным обращать внимание на следующие моменты:

1. произведена ли «заморозка» конструкции продукта и утвержден ли технологический пакет;
2. окончательное определение производительности для подготовки параметров проектирования;
3. разработку детального календарно-сетевой графика реализации проекта и осуществление его еженедельной актуализации;

4. осуществление контроля сметной стоимости строительства;
5. разработку детального бюджета капитальных затрат и плана платежей на весь период реализации проекта;
6. разработку и утверждение структуры статей затрат по косвенным затратам и затратам на содержание команды;
7. учет всех косвенных затрат по проекту в рамках данной структуры;
8. разработку, документирование и внедрение в проекте процедуры, регулирующей методологию управления и процессы взаимодействия участников проекта;
9. формирование предполагаемых к заключению договоров, охватывающих весь объем работ по проекту;
10. проработку стоимости предполагаемых к заключению контрактов и контроль коммерческих предложения поставщиков по данной величине;
11. внедрение в проекте стандартизированной процедуры закупок, предусматривающей планирование договоров на основе содержания проекта, внутреннее согласование результатов промежуточных этапов закупки и четко оговоренные временные границы;
12. внедрение системы управления рисками проекта, предусматривающей постоянный мониторинг и анализ рисков;
13. внедрение в проекте программного обеспечения, позволяющего обеспечить контроль сроков согласования организационно-распорядительной и договорной документации, а также исключить ее потери за счет систематизации хранения этой документации.

Список литературы:

1. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов. – М.: Экономика, 2000. – 421 с.
2. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. – 360 с.

Секция 13

ЭКОНОМИКА ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В РЕГИОНЕ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ)

© Коротков П.А.*

Марийский государственный университет, г. Йошкар-Ола

Воздействие человека на окружающую среду многопланово и универсально. Полная его оценка представляет собой сложную эколого-географическую задачу. Однако, состояние окружающей среды (ОС) может быть предварительно оценено по ряду показателей, или индикаторов состояния ОС и степени ее антропогенной измененности [1]. К таким показателям могут быть отнесены уровни загрязнения различными поллютантами компонентов ОС, распаханность территории, лесистость и пр. Чтобы получить комплексную оценку экологического состояния ОС региона, надо объединить всю систему этих разнородных, разноразмерных показателей в одну безразмерную величину, достаточно хорошо и полно заменяющую весь исходный набор показателей. Эта величина называется интегральным индикатором [2]. Зная значения такого индикатора за длительный период, можно составить более полное представление о процессе изменения антропогенной нагрузки на данную территорию, и, возможно, даже спрогнозировать его дальнейшее развитие.

Все подходы к анализу и прогнозированию экологической ситуации могут быть охарактеризованы, как путь «от хозяйства» и как путь «от природы» [3].

В основе первого подхода лежит известная модель ДСР (давление – состояние – реакция) Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Модель ДСР ОЭСР выявляет причинно-следственные связи между экономической деятельностью, экологическими и социальными условиями. Человеческая деятельность оказывает «давление» (энергетика, транспорт, промышленность, сельское хозяйство и др.) на окружающую среду и влияет на качество и количество природных ресурсов («состояние»); общество реагирует на эти изменения через природоохранную политику («реакция»).

Целью исследования являлась разработка эконометрической модели, предназначенной для решения следующих задач:

1. анализ и количественная оценка взаимосвязей между показателями «давления» на ОС и интегральным индикатором (ИИ) состояния ОС ре-

* Аспирант кафедры Экономической кибернетики

гиона (на примере Республики Марий Эл) по официальным данным 1990 – 2006 гг.;

2. прогнозирование ИИ состояния ОС региона.

Для оценки модели использовались ежегодные данные за период 1990-2006 гг. (17 наблюдений). Перечень показателей приведен в табл. 1.

Таблица 1

Используемые данные

Обозначение	Показатель	Источник
Y	Интегральный индикатор состояния ОС региона, балл	Расчеты авторов по методике, предложенной в [4]
IND	Индекс физического объема промышленной продукции с учетом досчета до полного круга организаций (в сопоставимых ценах), 1990=100, %	Статистический ежегодник «РМЭ» за 1998 - 2006 гг. [5]
AGR	Индекс физического объема продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств (в сопоставимых ценах), 1990 = 100, %	[5]
P	Численность населения, тыс. чел.	[5]
TR	Грузооборот автомобильного транспорта, млн. т-км.	[5]

Для анализа динамических характеристик данных и последующего эконометрического анализа использовались уровни переменных, и их первые разности.

Чтобы получить более надежные результаты, мы использовали различные тесты на единичный корень: расширенный тест Дики-Фуллера на единичный корень (ADF-тест); непараметрический тест Филлипса-Перрона на единичный корень с корректировкой на автокорреляцию остатков (PP-тест). В случае если эти тесты давали противоречивые результаты и не позволяли сделать однозначных выводов, дополнительно использовался тест Квятковского-Филлипса-Шмидта-Шина (KPSS-тест) который является прямым тестом на стационарность.

Результаты тестирования приведены в табл. 2.

Согласно ADF и PP-тестам уровень переменной TR оказался стационарным, а уровень IND - нестационарным.

Специфицировать ADF-тест для уровня переменной Y не удалось; PP-тест отвергает гипотезу о наличии единичного корня на 5 % уровне значимости; KPSS-тест не отвергает гипотезу о стационарности на 1 % уровне значимости. Учитывая результаты KPSS-теста, переменная Y будет рассматриваться как стационарная.

Согласно ADF-тесту гипотеза о наличии единичного корня в уровне переменной AGR отвергается на 5 % уровне, однако, специфицировать PP-тест для этой переменной не удалось. Специфицировать KPSS-тест

также не удалось. Таким образом, переменная AGR будет рассматриваться как стационарная.

Таблица 2

Результаты тестирования переменных на единичный корень

Переменные	ADF - тест		PP - тест	
	t - ADF	Спецификация ¹	t - PP	Спецификация
Y ⁵	-3	-	-3,569 (15) ^{2**}	C
Agr ⁶	-3,701 (1) ^{**4}	C	-	-
Ind	-2,249 (1)	C	-2,152 (2)	C
P ⁷				
Tr	-3,583 (0)*	N	-3,583 (0)*	N
ΔY	-2,954 (0)*	N	-2,954 (0)*	N
ΔAgr	-10,637 (0)*	CT	-11,846 (3)*	CT
ΔInd	-6,564 (0)*	CT	-6,062 (1)*	CT
ΔP				
ΔTr	-2,001 (0)**	N	-1,958 (1)**	N

Примечание: все тесты реализованы в EViews 5.1.

¹ N – без константы тренда; C – константа; T – тренд.

² В скобках около значений тестов приведена оптимальная длина лага. При спецификации ADF-теста использовался метод от «общего к частному»; выбор ширины окна осуществлялся методом Ньюи-Веста с использованием ядра Барлетта.

³ «-» (прочерк) – специфицировать тест не удалось.

⁴ здесь и далее * и ** означают отклонение нулевой гипотезы на 1 и 5 % уровнях значимости соответственно.

⁵ Статистика KPSS-теста (H0: уровни стационарны): LM = 0,138 (C,T).

⁶ KPSS-тест (H0: уровни стационарны) специфицировать не удалось.

⁷ Тесты не проводились.

Реализация процесса переменной P иллюстрируют «взрывной» характер поведения ($\rho = 1, 1 > 1$). Известно, что «взрывные» модели непригодны для описания поведения рядов на сколько-нибудь протяженных интервалах времени [6]. В связи с этим, переменная P была исключена из дальнейшего анализа.

Согласно ADF и PP-тестам переменные Y, AGR и TR являются стационарными, что позволяет использовать стандартный регрессионный анализ при исследовании взаимосвязи между ними.

На основе пошаговой регрессии «с присоединением» с использованием МНК была построена следующая регрессионная модель:

$$Y(t) = 9,611 - 0,052AGR(t) \quad (1)$$

(21,821) (-9,402)

Количество наблюдений: 17.

Статистические показатели качества модели:

$R^2 = 0,856$; $R^2_{adj} = 0,845$, S.E. = 0,288, DW = 1,884, AIC = 0,459, SC = 0,557.

Тесты на спецификацию уравнения:

Автокорреляция 1 – 3 порядков (LM-тест): $F(3,12) = 0,653$ [0,597];

Тест Уайта на наличие гетероскедастичности: $F(2,14) = 0,021$ [0,979];

Тест на нормальность распределения остатков (Jarque-Bera): 0,979 [0,613];
RESET: $F(1,14) = 10,829$ [0,223].

Статистические показатели качества модели и статистические тесты подтверждают ее приемлемое качество.

Вариация регрессионных значений ИИ состояния ОС региона (Y) на 85,6 % определяется изменениями значений объясняющей переменной AGR. Коэффициент регрессии при AGR равен -0,052. Это означает, что при росте индекса продукции сельского хозяйства (AGR) на 1 %, значение ИИ состояния ОС региона (Y) понизится в среднем на 0,052 балла.

В целях проверки прогностической способности построенной модели (1) был построен ретроспективный динамический прогноз на весь период оценивания модели. Результаты представлены в табл. 3.

Таблица 3

Характеристики точности динамического прогноза (1990-2006 гг.)

	Регрессионная модель
Ср. кв. ошибка прогноза	0,2706
Средняя абсолютная ошибка прогноза	0,2357
Средняя абсолютная ошибка прогноза в %	4,3743
Коэффициент расхождения Тейла	0,0243
доля средних	0,0000
доля дисперсий	0,0391
доля ковариаций	0,9608

Примечание: расчеты выполнены в EViews 5.1.

Полученные характеристики точности прогноза свидетельствуют о том, что прогностическая способность построенной модели достаточно велика, и ее можно использовать для прогнозирования будущих значений эндогенной переменной Y.

Исходной базовой предпосылкой для прогнозирования служили целевые ориентиры, предусмотренные в принятых официальных программных документах – «О прогнозе социально-экономического развития Республики Марий Эл на 2007 год и на период до 2009 года (далее Прогноз на 2007 год) [7].

В качестве значений макроэкономической экзогенной переменной (AGR) при прогнозе были приняты значения Прогноза на 2007 год: рост индекса физического объема продукции сельского хозяйства по отношению к предыдущему году: в 2007 году – 102,5 %, в 2008 году – 103,0 %, в 2009 году – 103,5 процентов.

Использование указанных значений экзогенной переменной в рамках разработанной модели (1) позволило получить следующие результаты (табл. 4).

Описание взаимосвязей между переменными и результатов оценок на 2009 год в рамках модели для зависимой переменной Y выглядит сле-

дующим образом: при запланированном росте индекса продукции сельского хозяйства в 2009 году на 3,5 % к предыдущему году, значение ИИ состояния ОС региона может составить в 2009 году 5,52 балла.

Таблица 4

Прогнозные значения эндогенной (результатирующей) переменной Y

Показатель	2007	2008	2009
Y	5,78	5,66	5,52

Примечание: расчеты выполнены в Statistica 6.0

Использование регрессионного анализа позволило исследовать взаимосвязи между «давлением» на ОС и состоянием ОС в Республике Марий Эл за достаточно длительный отрезок времени (1990–2006 гг.).

Полученные результаты позволили построить регрессионную модель и выявить на количественном уровне значимые факторы «давления» на состояние ОС региона. Установлено, что состояние ОС РМЭ определяется воздействием сельского хозяйства. Это вполне согласуется с теоретическими соображениями, поскольку агропромышленный комплекс является одним из основных секторов экономики республики и его состояние и уровень развития во многом предопределяют не только социально-экономическую, но и экологическую ситуацию в регионе.

С помощью предложенной модели выполнен прогноз состояния ОС РМЭ вплоть до 2009 г. Установлено, что при запланированных темпах роста продукции сельского хозяйства состояние ОС РМЭ будет ухудшаться.

Список литературы:

1. Рыльский И. Построение анимационных карт динамики лесистости и распаханности европейской части России за последние 300 лет. / И.Рыльский // Материалы международной конференции «Интеркарто – 6» (г. Апатиты, 22-24 августа 2000 г.) // Internet resource: <http://194.190.221.116/1008.html>.

2. Методика построения интегральных индикаторов с помощью нормирующих функций // Internet resource: http://sphera.cemi.rssi.ru/In_Ind/Io_ru.htm

3. Теоретические и практические аспекты устойчивого природопользования: управление, принципы организации природно-хозяйственных систем, ландшафтное планирование / Под общей ред. д-ра биол. наук Ю.П. Демакова. Йошкар-Ола: МарГТУ, 2004. – 404 с.

4. Бакуменко Л.П., Коротков П.А. Интегральная оценка качества и степени экологической устойчивости окружающей среды региона (на примере Республики Марий Эл) / Л.П. Бакуменко, П.А. Коротков // Прикладная эконометрика. – 2008. – № 1 (9). – С. 73-92.

5. Республика Марий Эл /Статистический ежегодник «Республика Марий Эл» / Маристат. – Йошкар-Ола, 1998-2006.

6. Носко В.П. Эконометрика. Введение в регрессионный анализ временных рядов / В.П. Носко. – М.: НФПК, 2002. – 273 с.

7. Постановление Правительства Республики Марий Эл от 31 октября 2006 г. №222 «О прогнозе социально-экономического развития Республики Марий Эл на 2007 год и на период до 2009 года».

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ В СФЕРЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА

© Морозова О.В.*

Самарский государственный технический университет, г. Самара

В данной статье приводится характеристика современного состояния и развития жилищно-коммунального хозяйства. Рассматривается ряд проблем в сфере ЖКХ и пути их решения.

В настоящее время деятельность ЖКХ большинства регионов России характеризуется низким качеством коммунальных услуг, неэффективным использованием ресурсов, загрязнением окружающей среды, что актуализирует для нас вопросы формирования и эффективного использования инвестиционных ресурсов ЖКХ региона. Причинами возникновения этих проблем и неэффективного использования инвестиционных ресурсов ЖКХ являются: высокий уровень износа объектов ЖКХ и их технологическая отсталость; а также низкая эффективность системы управления в этом секторе экономики, непрозрачные методы ценообразования на жилищно-коммунальные услуги, преобладание административных методов формирования ресурсной базы и развития отрасли.

Износ и технологическая отсталость объектов ЖКХ связаны с недостатками проводимой в предыдущие годы тарифной политики, которая не обеспечивала реальных финансово-инвестиционных потребностей предприятий ЖКХ в модернизации объектов жилищно-коммунальной инфраструктуры, не формировала стимулы к сокращению затрат. Административные принципы формирования и использования инвестиционных ресурсов ЖКХ региона сформировали систему, при которой у региональных предприятий отрасли отсутствуют стимулы к повышению эффективности производства и снижению издержек. Несовершенство процедур тарифно-

* Ассистент кафедры «Экономика промышленности»

го регулирования и договорных отношений в ЖКХ России и ее регионов формирует высокие инвестиционные риски и препятствует привлечению средств внебюджетных источников в этот сектор экономики. Следствием износа и технологической отсталости объектов коммунальной инфраструктуры является низкое качество предоставления жилищно-коммунальных услуг, не соответствующее запросам потребителей. Уровень износа объектов коммунальной инфраструктуры составляет сегодня в среднем по отрасли 60 % (рис. 1).

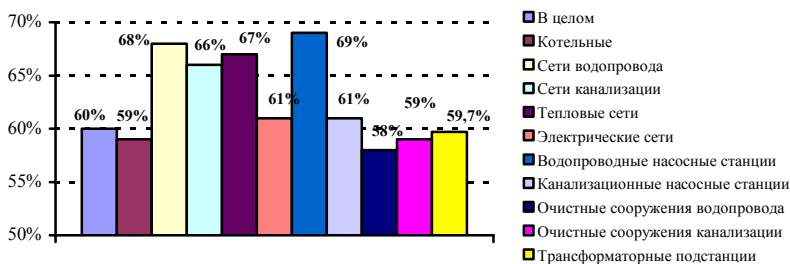


Рис. 1. Уровень износа объектов ЖКХ (по состоянию на 01.01.07)

Приведенные статистические данные далеко не в полной мере передают реальный масштаб экологических проблем в городской среде, поскольку в настоящее время контроль и управление природопользованием в Российской Федерации осуществляется в основном на основании декларируемого предприятиями и организациями воздействия на окружающую среду, а декларируемое воздействие в подавляющем большинстве случаев значительно ниже фактического.

Планово-предупредительный ремонт сетей и оборудования систем водоснабжения, коммунальной энергетики практически полностью уступил место аварийно - восстановительным работам. По данным Федерального агентства по статистике России общая потребность в инвестиционных средствах на полное восстановление и модернизацию объектов жилищно-коммунальной инфраструктуры составляет 1,456 трлн. рублей. Основные фонды изношены, что ведет к авариям, потере тепла и перерасходу топлива. Фактически коммунальные предприятия городского хозяйства являются крупнейшими источниками экологических проблем.

На качество среды обитания влияет состояние природоохранного оборудования, режим и эффективность его использования в городском хозяйстве. В условиях ухудшения финансового положения предприятий прекращается строительство нового экологически эффективного оборудования, возобновляется усиленная эксплуатация старых мощностей, что со-

проводится ростом объемов выбросов загрязняющих веществ на фоне спада производства.

Совокупность технических, финансовых, организационных и экологических проблем, характерных для коммунальных предприятий-монополистов, приводит к ненадежности обслуживания, неудовлетворенности потребителей, финансовой несостоятельности предприятий коммунальной инфраструктуры. Все эти обстоятельства вызывают необоснованно большой экологический ущерб и приводят к неприемлемой величине риска угрозы здоровью населения.

Нынешнее состояние муниципальных коммунальных предприятий, входящих в их структуру очистных сооружений, водопроводного хозяйства, тепловых сетей, котельных и т.д. требует значительных инвестиций. Существующими и потенциальными инициаторами экологических проектов в жилищно-коммунальном хозяйстве являются коммунальные предприятия водоснабжения и канализации, теплоснабжения и предприятия по вывозу и утилизации бытовых отходов.

С экономической точки зрения мероприятия и проекты экологической направленности можно подразделить на две категории: чисто затратные и окупаемые. К категории затратных относятся проекты природной и социальной направленности (озеленение, восстановление биоресурсов, экологическое воспитание); экологический эффект таких проектов в условиях действующего законодательства не может быть выражен экономически. К окупаемым относятся проекты, направленные на максимизацию коэффициента «экологическая выгода/экономические затраты». Экологическая выгода таких проектов выражается в стоимостной форме, в силу сложившихся экономических условий.

Окупаемыми в настоящее время являются инвестиции, направленные на сокращение воздействия загрязняющих веществ в воздухе и питьевой воде на здоровье людей.

В городской среде окупаемые экологически эффективные проекты – это, прежде всего, проекты в сфере коммунальной инфраструктуры, требующие, как правило, значительно меньших затрат по сравнению с проектами внедрения экологически эффективных технологий на загрязняющих окружающую природную среду промышленных предприятиях.

В решении проблемы финансирования инвестиционных проектов на первый план выступают вопросы создания достаточных внутренних ресурсов предприятий городского хозяйства (прежде всего, коммунальной инфраструктуры) и стимулов к эффективным ресурсосберегающим и природоохранным инвестициям. В первую очередь, это касается «водных» проблем, поскольку именно в «водном» секторе осуществляется большая часть природоохранных затрат и капиталовложений, именно этот сектор поглощает большую часть субсидий бюджетов и экологических фондов.

Поэтому приоритетной задачей является увеличение ресурсов и расширение круга источников софинансирования экологических мероприятий.

Существующие в настоящее время в Российской Федерации проблемы финансирования экологических инвестиционных проектов в области коммунальной инфраструктуры требуют комплексного решения. Можно говорить о том, что необходимо создание системы финансирования проектов такого типа.

При разработке наиболее приемлемых для реализации в российских условиях вариантов системы финансирования инфраструктурных экологических проектов необходимо учитывать как существующие потребности инициаторов проектов, так и существующие возможности по их финансированию со стороны всех доступных источников.

Под муниципальными экологическими проектами понимаются инвестиционные проекты в коммунальном хозяйстве, а именно: проекты по очистке бытовых сточных вод, повышению качества питьевой воды, вывозу и переработке (утилизации) бытовых отходов, повышению эффективности использования энергии в системах теплоснабжения городов. Данные проекты, помимо выраженного экологического эффекта, имеют одинаковую экономическую природу и однотипные риски инвестирования, что позволяет разработать однотипные схемы их финансирования и общий подход к их оценке.

При создании системы финансирования необходимо осознавать, что проекты данного типа должны, в первую очередь, финансироваться за счет заемных средств, привлекаемых по рыночным ставкам. Кроме этого, необходимо оставить возможность адресной безвозмездной поддержки проектов. При этом бюджетное финансирование следует рассматривать не как альтернативу, а как дополнение к заемному финансированию. Следовательно, инициаторы проектов должны иметь стимулы финансировать данные проекты, прежде всего за счет заемных средств.

Как показывает анализ возможных источников финансирования проектов, сегодня они, как правило, не могут быть реализованы за счет существующих на рынке возможностей по привлечению финансирования. В частности, высокие процентные ставки и малые сроки кредитов, предоставляемых российскими коммерческими банками, не удовлетворяют потребностям данных проектов.

Инициаторами данных проектов в настоящее время являются, как правило, муниципальные предприятия водоснабжения и водоотведения, теплоснабжения и предприятия по вывозу и утилизации бытовых отходов. Кроме того, возможен вариант, когда инициатором данных проектов и заемщиком будет выступать соответствующая местная или региональная администрация.

Кредитование муниципалитетов имеет ряд недостатков:

- длительность процедуры оформления кредита муниципалитету,
- сложная многоступенчатая система финансирования проектов;
- низкая ответственность коммунальных предприятий за эффективное расходование средств, полученных из бюджета,
- существующая проблема нецелевого использования кредитных средств, направления их на покрытие текущих расходов местных структур, на решение наиболее острых городских проблем;
- проблема обеспечения возвратности средств кредита.

В настоящее время ведется работа по совершенствованию бюджетного процесса, по реформированию жилищно-коммунального хозяйства, результатом чего должно стать увеличение открытости и прозрачности деятельности муниципалитетов, их финансового состояния, совершенствование системы платежей за услуги жилищно-коммунального хозяйства. Успешное осуществление этих мероприятий повысит привлекательность для кредитных организаций работы с муниципалитетами.

Стратегической линией реформирования городского хозяйства является перевод коммунальных предприятий на рыночные основы функционирования. В этой связи предпочтительнее выглядит схема предоставления кредитов непосредственно коммунальным предприятиям. В качестве положительных моментов данного варианта можно выделить следующие:

- наличие проработанных методов оценки платежеспособности организаций и процедур оформления кредитов;
- более оперативное оформление кредита;
- возможность обеспечения кредита ликвидным оборудованием, находящимся в собственности предприятия;

Таким образом, можно предположить, что инициаторами экологических проектов будут выступать муниципальные коммунальные предприятия. Их особенностью является то, что тарифы на их услуги устанавливаются собственником их имущества, т.е. соответствующим органом местного самоуправления. В случае если эти предприятия находятся в частной собственности, то тарифы на их услуги устанавливаются на уровне субъекта Российской Федерации.

Список литературы:

1. Воронцов А.П. Экономика природопользования: Учебник. – М.: Элит, 2006.
2. Самарский статистический ежегодник. – Самара, 2007.
- 3 Гимильярова Ф.Н., Радомский В.М.

Секция 14

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ЦЕН НА ТОПЛИВО В РЕСПУБЛИКЕ ХАКАСИЯ

© Семенова М.Ю.*

Хакасский Государственный Университет им. Н.Ф. Катанова,
г. Абакан

Рассматривается возможность прогнозирования цен на топливо в Хакасии с помощью построения уравнений тенденции развития. Использован инструмент вероятностной оценки и статистического анализа данных. Разработана методика прогнозирования цен на основе данных инструментов.

С автозаправочных станций Республики Хакасия были получены данные о ценах на топливо и на их основе проведено исследование рынка в Республике Хакасия. Покажем способ применения статистических и вероятностных методов к ценообразованию на рынке топлива. Для этого рассмотрим один вид топлива, а именно бензин марки АИ 92.

Таблица 1

Цены на бензин марки АИ 92 на автозаправочных станциях
Республики Хакасия

АИ 92							
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
январь	7,80	10,80	11,50	13,90	16,70	19,50	20,50
февраль	7,80	10,10	11,50	13,90	16,70	17,50	20,50
март	7,00	10,10	11,50	13,90	17,40	17,50	20,50
апрель	6,80	9,80	11,50	14,90	17,40	17,50	22,00
май	8,50	9,80	12,10	15,40	17,40	19,50	22,30
июнь	9,40	9,80	13,50	15,10	17,40	19,50	
июль	10,00	10,50	13,90	15,00	17,40	19,50	
август	9,80	11,00	14,10	15,60	18,60	19,50	
сентябрь	9,80	11,50	14,20	16,10	18,60	19,50	
октябрь	10,30	11,50	14,20	16,70	19,50	19,50	
ноябрь	10,10	11,50	14,30	16,70	19,50	19,50	
декабрь	10,10	11,50	13,90	16,70	19,50	20,2	

Для того чтобы спрогнозировать цены, необходимо провести следующие исследования:

- провести анализ сезонности в ценах на топливо;
- определить, что представляет собой распределение цен.

* Студентка кафедры Прикладной информатики. Научный руководитель: Дулесов А.С., докт. техн. наук

Если будет доказано отсутствие сезонности в ценах на топливо, а так же нормальность распределения, то возможно построить уравнения тенденции развития цен с наименьшей ошибкой.

Для того чтобы установить сезонность, воспользуемся индексами сезонности:

$$I_s = \frac{\bar{y}_i}{\bar{y}} \cdot 100\%,$$

то есть индексы сезонности отражают повторяемость экономических процессов в течение определенного периода. Определим индексы сезонности для наших показателей:

Таблица 2

Индексы сезонности цен на бензин марки АИ 92 в Республике Хакасия

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	$\bar{y}_{ср}$	индекс сезонности
январь	7,80	10,80	11,50	13,90	16,70	19,50	13,37	94,33
февраль	7,80	10,10	11,50	13,90	16,70	17,50	12,92	91,16
март	7,00	10,10	11,50	13,90	17,40	17,50	12,90	91,04
апрель	6,80	9,80	11,50	14,90	17,40	17,50	12,98	91,63
май	8,50	9,80	12,10	15,40	17,40	19,50	13,78	97,28
июнь	9,40	9,80	13,50	15,10	17,40	19,50	14,12	99,63
июль	10,00	10,50	13,90	15,00	17,40	19,50	14,38	101,51
август	9,80	11,00	14,10	15,60	18,60	19,50	14,77	104,21
сентябрь	9,80	11,50	14,20	16,10	18,60	19,50	14,95	105,51
октябрь	10,30	11,50	14,20	16,70	19,50	19,50	15,28	107,86
ноябрь	10,10	11,50	14,30	16,70	19,50	19,50	15,27	107,74
декабрь	10,10	11,50	13,90	16,70	19,50	20,20	15,32	108,10
$\bar{y}_{ср}$	8,95	10,66	13,02	15,33	18,01	19,06	14,17	100

На основе полученных данных построим диаграмму индексов сезонности цен на бензин АИ 92.

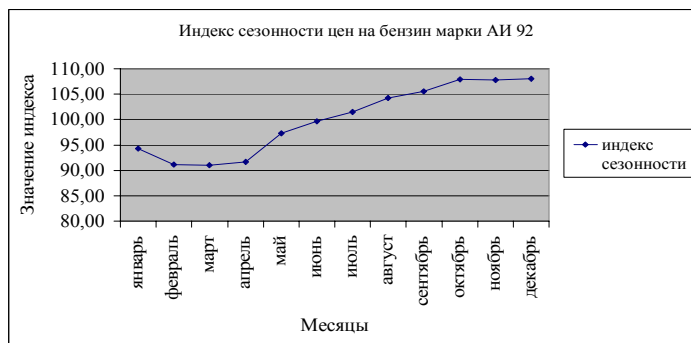


Рис. 1. Индекс сезонности цен на топливо

Диаграмма индексов сезонности показывает, что в распределении цен на топливо сезонность отсутствует.

Предположим, что вероятное отклонение цен от точки равновесия A подчиняется Гауссову распределению. [1] Чтобы доказать данную гипотезу необходимо провести соответствующие статистические исследования. Воспользуемся данными, предоставленными в таблице 1. Проведем группировку данных, в качестве признака X возьмем прибыль от продаж. В результате получен вариационный ряд.

Для того чтобы определить, что представляет собой данное распределение, нам необходимо найти следующие параметры: математическое ожидание, дисперсию и среднее квадратическое отклонение.

Математическое ожидание определим по формуле:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^m x_i \cdot n_i}{\sum_{i=1}^m n_i},$$

Дисперсию:

$$s^2 = \frac{\sum_{i=1}^m (x_i - \bar{x})^2}{\sum_{i=1}^m n_i},$$

среднее квадратическое отклонение: $s = \sqrt{s^2}$,

в данных формулах x_i – середины интервалов интервального вариационного ряда, n_i – соответствующие частоты, m – количество интервалов [2].

В таблице ниже представлены полученные данные:

Таблица 3

Вычисление математического ожидания, дисперсии и среднего квадратического отклонения цен на бензин марки АИ 92

Цена за литр, X	Частота появления данной цены, n	X_i	$x_i n_i$	X_{cp}	$X_i - X_{cp}$	$(X_i - X_{cp})^2$	s^2	s
6-7	1	6,50	6,5		-8,12	65,884		
7-8	3	7,50	22,5		-7,12	50,65		
8-9	1	8,50	8,5		-6,12	37,416		
9-10	6	9,50	57		-5,12	26,182		
10-11	8	10,50	84		-4,12	16,949		
11-12	9	11,50	103,5		-3,12	9,715		
12-13	1	12,50	12,5		-2,12	4,4812		
13-14	6	13,50	81		-1,12	1,2474		

Продолжение таблицы 3

Цена за литр, X	Частота появления данной цены, n	X_i	x_{ini}	$x_{ср}$	$x_i - x_{ср}$	$(x_i - x_{ср})^2$	s^2	s
14-15	5	14,50	72,5		-0,12	0,0137		
15-16	4	15,50	62		0,88	0,7799		
16-17	6	16,50	99		1,88	3,5461		
17-18	8	17,50	140		2,88	8,3124		
18-19	2	18,50	37		3,88	15,079		
19-20	11	19,50	214,5		4,88	23,845		
20-21	4	20,50	82		5,88	34,611		
21 и выше	2	21,50	43		6,88	47,377		
Итого	77		1125,5	14,62		346,09	4,5	2,1

На основе полученных данных найдем коэффициент вариации по формуле:

$$V_{\sigma} = \frac{s}{\bar{x}} \cdot 100\%, \quad V_{\sigma} = \frac{2,1}{14,62} \cdot 100\% = 14,4\%,$$

Так как коэффициент вариации меньше 33 %, то совокупность по ценам относительно однородная, и цена представляет собой Гауссово распределение.

Если рассматривать диаграмму распределения цен, то можно заметить кривую нормального распределения, хотя и не слишком явную, что объясняется случайными факторами в установлении цен, малым объемом выборки для анализа, а также резкими скачками цен на мировом рынке.

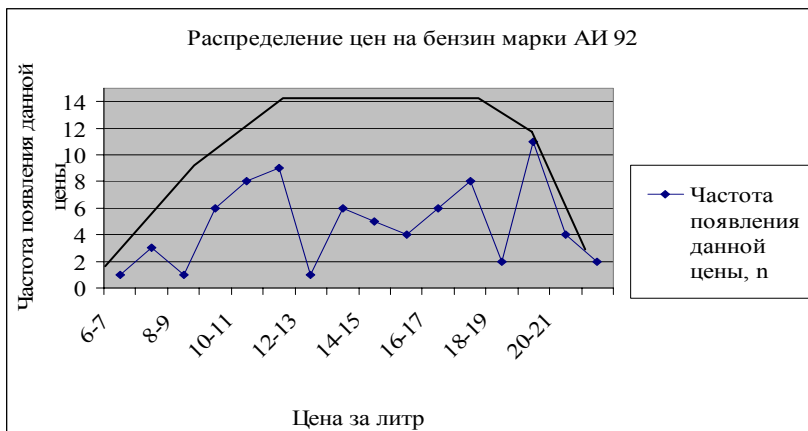


Рис. 2. Распределение цен на бензин марки АИ 92

Построим уравнение тренда цен на топливо марки АИ 92. Для этого возьмем данные последнего закрытого года, то есть в нашем случае это 2007 год, и подберем уравнения тренда к полученным кривым. Построим уравнение тенденции с помощью коэффициента детерминации. Коэффициент детерминации должен стремиться к значению 1. Чем ближе R^2 к единице, тем точнее построено уравнение тренда. По полученным уравнениям просчитаем теоретические значения цен в первом полугодии 2008 года. Сравнивая теоретические значения с известными значениями, вычисляем среднюю ошибку полученного уравнения.

Для распределения прибыли больше всего подходит квадратичное уравнение, так как оно дает наименьшую ошибку. Было получено следующее уравнение тренда:

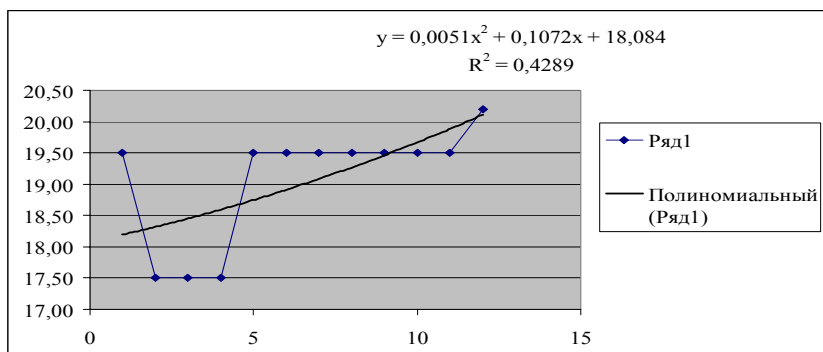


Рис. 3. Уравнение тренда цен на бензин марки АИ 92

С помощью данного уравнения были спрогнозированы цены на бензин марки АИ 92 на первое полугодие 2008 года.

Таблица 4

Прогнозируемые цены на бензин марки АИ 92
на автозаправочных станциях Республики Хакасия

	январь	февраль	март	апрель	май	июнь
Прогнозируемые цены	20,44	20,70	20,97	21,26	21,55	21,86
Фактические известные цены	20,50	20,50	20,50	22,00	22,30	

Из данных показателей видно, что уравнение тенденции относительно точно описывает зависимость цены от времени. Следовательно, можно сделать вывод, что данный способ позволяет точно спрогнозировать цены на ближайшее время, но не рекомендуется для прогнозирования цен более чем на 6 месяцев. Так как возможно вмешательство внешних случайных факторов, а также данный прогноз не учитывает нестабильную экономическую ситуацию на рынке топлива. То есть для использования данного

метода прогнозирования необходимо через определенный срок (3 – 6 месяцев) уточнять полученное уравнение тренда, и по нему делать прогноз на следующий период.

Разработанную методику можно использовать менеджерами топливных компаний при составлении бизнес-плана с учетом конъюнктуры рынка. Модель применима и к анализу других видов товаров.

Список литературы:

1. Дулесов А.С., Соломенников В.С. Вероятностная оценка распределения материальных потоков в торгово-посреднической цепи // Материалы международной научно-практической конференции Инфоком-2. – Ставрополь, 2006. – Т 2. – С. 137-140.
2. Кремер Н.Ш. Теория вероятностей и математическая статистика: учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 543 с.

Секция 15

БУХГАЛТЕРСКИЙ, УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

ОТДЕЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ (ПРЯДИЛЬНОГО И ТРИКОТАЖНОГО ПРОИЗВОДСТВ) В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

© Лушникова Т.А.*

Астраханский государственный технический университет,
Каспийский научно-исследовательский институт
рыбного хозяйства «КаспНИРХ», г. Астрахань

Рассмотрены отдельные проблемы экономического развития предприятий легкой промышленности (трикотажного и прядильного производств) в современных условиях. Предложена методика анализа экономических показателей деятельности предприятий.

Одним из важнейших моментов, характеризующих ориентацию современной экономики отечественной промышленности на рыночные отношения, является разработка и реализация эффективных моделей формирования, распределения и использования конечного финансового результата [1].

Проведение сравнительного анализа производственной деятельности предприятий легкой промышленности России (по производству пряжи и верхнего трикотажа) во временном отрезке (5-10 лет), включая последние годы, покажет картину и тенденцию развития указанного направления отрасли.

В табл. 1 приведена информация о производстве продукции трикотажного и прядильного производств за период в десять лет (с 1998 г. по 2005 г.) с использованием данных Росстата.

По данным таблицы можно сделать вывод, что стоимость продукции трикотажного и прядильного производств, в целом, увеличивается. При этом она значительно возросла в 2005 году по сравнению с 1998 и 2001 годом, а по отношению к 2004 году прирост составляет 27,9 %, в том числе, по продукции прядильного производства – 35,5 %, по продукции трикотажного производства – 13,7 %.

В процессе исследования были изучены показатели динамики стоимости продукции (в текущих ценах), которые представлены в табл. 2. Из неё видно, что в среднем стоимость произведённой продукции увеличилась за

* Заместитель генерального директора по экономике и инвестиционной политике, соискатель степени канд. экон. наук

1998 – 2005 годы на 164,69 млн. руб., т.е. средний темп роста равен 128,6 %, а прироста – 28,6 %. При этом, с увеличением среднего темпа прироста на 1 %, абсолютный прирост составил 5,76 млн. руб.

Таблица 1

Стоимость продукции трикотажного и прядильного производств
в Российской Федерации (в текущих цена), млн. руб.

Показатель	1998 г.	2001 г.	2004 г.	2005 г.	2005 г. в % к	
					1998 г.	2004 г.
Всего:	237,4	632,8	1087,1	1390,2	585,6	127,9
Пряжа	116,1	486,2	707,3	958,4	825,5	135,5
Верхний трикотаж	121,3	146,6	379,8	431,8	356,0	113,7
Промышленные Предприятия	226,4	620,7	1049,5	1354,6	598,3	129,1
Пряжа	116,1	486,2	707,3	958,4	825,5	135,5
Верхний трикотаж	110,3	134,5	342,2	396,2	359,2	115,8
Мелкие производители	11,0	12,1	37,6	35,6	323,6	94,7
Пряжа	-	-	-	-	-	-
Верхний трикотаж	11,0	12,1	37,6	35,6	323,6	94,7

Выполнив аналитическое выравнивание ряда динамики способом наименьших квадратов по уравнению прямой было установлено, что

$$y = 78x + 733,06,$$

т.е. в среднем ежегодное увеличение стоимости продукции трикотажного и прядильного производств лёгкой промышленности за 1998-2005 годы составило 78 млн. рублей.

Таблица 2

Показатели динамики стоимости продукции
трикотажного и прядильного производств

Показатель	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Среднее значение
Стоимость продукции верхнего трикотажа и пряжи, млн. руб.	37,4	347,58	515,4	632,8	722,1	931,9	1087,1	1390,2	733,06
Абсолютный прирост, A_6									164,69
$A_{ц}$		110,18	278	395,4	484,7	694,5	849,7	1152,8	
Коэффициент роста, K_6									1,286
$K_{ц}$	1,0	1,0	1,48	1,82	2,08	2,68	3,13	4,0	
Темп роста, $T_{р.6}$									128,6
$T_{р.ц}$	100	100	148	182	208	268	313	400	
Темп прироста, $T_{пр.6}$									28,6
$T_{пр.ц}$	100	146	148	123	114	129	117	128	
Значение 1% прироста		2,40	3,50	5,10	6,38	7,23	9,13	10,83	5,76

Графическое изображение фактического и выровненного ряда динамики изображено на рис. 1.

$$y = 78x + 733,06$$

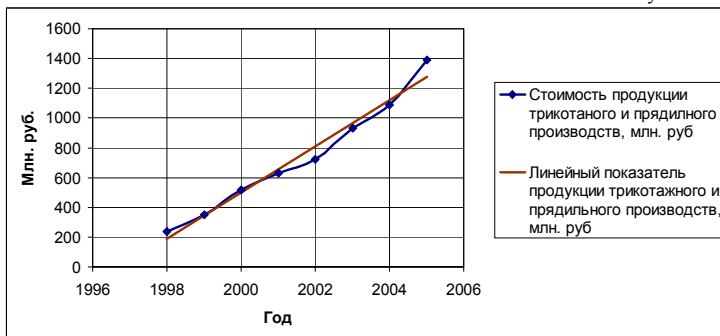


Рис. 1. Стоимость продукции трикотажного и прядильного производств

Необходимо отметить, что изучение стоимости продукции трикотажного и прядильного производств в текущих ценах не даёт объективного представления о действительных объёмах производства, поэтому далее целесообразно рассмотреть производство основных видов продукции в натуральных единицах (табл. 3).

Таблица 3

Производство основных видов продукции трикотажного и прядильного производств легкой промышленности

Показатель	В среднем за 1998-2002 гг.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2005 г в % к	
					1998-2002 гг.	2004 г.
Всего:						
Верхний трикотаж тыс. шт.	1474,34	991,01	1621,80	1753,10	118,9	108,9
Пряжа, тыс. т	6,06	9,1	7,43	9,08	149,83	122,20
Промышленные предприятия:						
Верхний трикотаж, тыс. шт.	1326,91	882,01	1394,33	1560,26	116,26	111,90
Пряжа, тыс. т	6,06	9,1	7,43	9,08	149,83	122,20
Мелкие производители:						
Верхний трикотаж, тыс. шт.	147,43	109	227,47	192,84	130,80	84,77
Пряжа, тыс. т	-	-	-	-	-	-

Из табл. 3 видно, что, в целом, производство верхнего трикотажа в 2005 году по сравнению со средней величиной 1998-2002 гг. возросло на 8,9 %, а по отношению к 2004 г. – на 18,9 %; производство пряжи возросло в 2005 году по отношению к среднему значению 1998-2002 гг. на 49,83 %, по отношению к 2004 году – на 22,2 %. Однако имеется значительный спад производства в 2003 году верхнего трикотажа – на 32,79 % по отношению к среднему значению 1998-2002 гг., спад прядильного производства в 2004 г. по отношению к 2003 г. составил 18,36 %.

Анализ производства продукции в разрезе производителей показал, что уровень производства основных видов продукции возрастает неравномерно.

В 2005 году по сравнению со средними данными 1998-2002 гг. объём производства верхнего трикотажа возрос всего на 16,26 %, а производство пряжи – на 49,91 %. При сравнении данных 2005 и 2004 годов выясняется, что прирост объёмов выпуска верхнего трикотажа составляет 11,9 %, а пряжи – 22,13%. При этом доминируют крупные промышленные предприятия. В ходе исследования были изучены показатели динамики производства верхнего трикотажа и пряжи. Полученные результаты свидетельствуют о том, что производство продукции изменялось неравномерно.

Так, с 1998 по 2000 гг. прослеживается незначительный рост производства пряжи, а с 2000 по 2002 годы – спад производства. Наименьший подъём в производстве пряжи наблюдался в 2004 году – 122,61 % от среднего значения 1998-2002 гг. По производству верхнего трикотажа при неравномерности производства с 1998 по 2003 гг. резкий спад наблюдается в 2003 году – 67,21 % от среднего значения объёма производства 1998-2002 гг. С 2002 -2003 гг. наблюдается постепенная тенденция роста производства продукции прядильного производства и, с переменным успехом, с 2003 года – рост производства верхнего трикотажа.

Выполнив аналитическое выравнивание ряда динамики способом наименьших квадратов, по уравнению прямой было установлено, что

$$y = 0,23x + 6,98,$$

то есть в среднем ежегодное увеличение объёма выпускаемой продукции (пряжи) за 1998 – 2005 гг. составило 0,23 тысяч тонн (рис. 2), а по уравнению, полученному в результате выравнивания ряда динамики производства верхнего трикотажа способом

$$y = 0,23x + 6,98$$

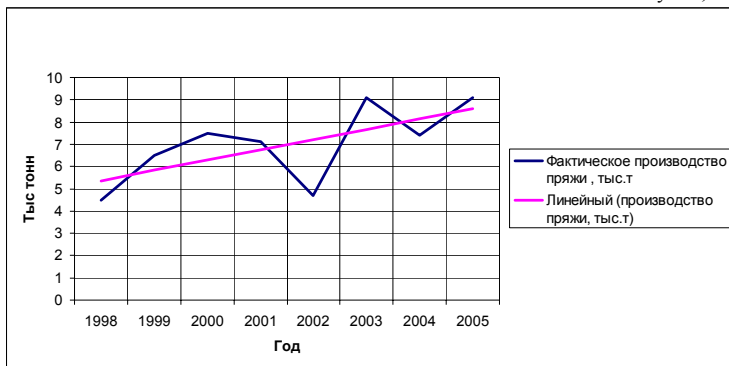


Рис. 2. Производство пряжи

наименьших квадратов ($y = 2,57x^2 - 6,63x + 1347,04$), видно, что наметившийся спад производства с 1998 года, получило тенденцию роста, начиная с 2003 года (рис. 3).

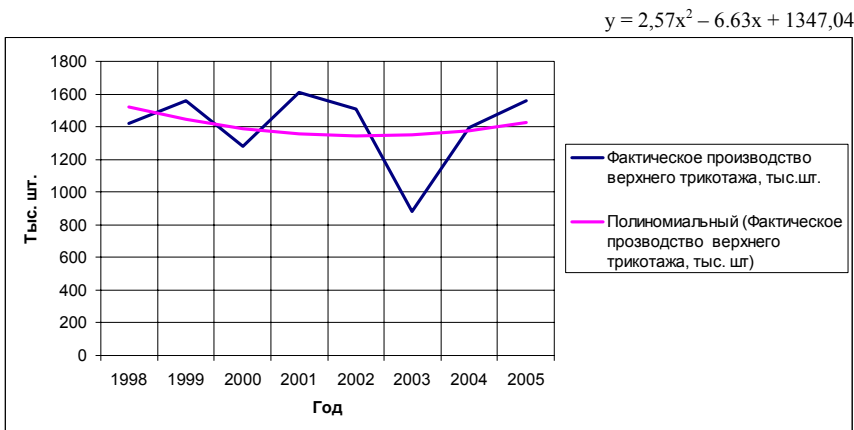


Рис. 3. Производство верхнего трикотажа

Проведенные исследования позволят оценить состояние производства продукции предприятий, их финансово-экономическое состояние, а также спрогнозировать перспективу их дальнейшего развития, позволят применять результаты исследования на промышленных предприятиях различного профиля для определения собственного финансового состояния и дальнейшей перспективы развития.

Список литературы:

1. Салин В.Н., Чурилова Э.Ю., Курс теории статистики для подготовки специалистов финансово-экономического профиля: Учебник. — М.: Финансы и статистика, 2006. — 480 с.

ОСОБЕННОСТИ ПРИЗНАНИЯ ДОХОДОВ ОТ ОСНОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО МСФО НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЭЛЕКТРОСВЯЗИ

© Носова И.Л.*

ФГУП «Радиочастотный центр ЮФО», г. Астрахань

* Экономист

В данной статье автором рассмотрен порядок признания доходов на российских предприятиях электросвязи по МСФО. Проводится сравнительный анализ признания доходов по российским стандартам бухгалтерского учета с МСФО.

Бухгалтерский учет доходов или выручки от основной деятельности при оказании услуг местной, международной и междугородной связи, по мнению автора, неразрывно связан с основными особенностями, характерными для отрасли электросвязи, а именно - в отрасли связи конечный продукт не имеет вещественной формы, неотделимость во времени процесса потребления услуг связи от процесса их производства. С учетом этих особенностей конечный результат производственной деятельности отрасли – услуга – не может храниться в запасе, на складе, изыматься из сферы производства и поступать в сферу обращения.

В международных стандартах учет доходов рассматривается в МСФО 18 «Выручка». Данный стандарт содержит раздел посвященный учету и отражению в финансовой отчетности доходов, полученных от предоставленных организацией услуг.

Доход, согласно МСФО, это приращение экономических выгод в течение отчетного периода, происходящее в форме притока или увеличения активов либо уменьшения обязательств, что выражается в увеличении капитала, не связанного с вкладами участников акционерного капитала.

Услуги, согласно стандарту МСФО 18, представляют собой выполнение согласованного в договоре задания в течение определенного периода времени, которое может длиться несколько отчетных периодов подряд. Услуги отличаются от товаров тем, что материальная составляющая в них не является основополагающей, а основные конструкционные или веществообразующие материалы практически отсутствуют.

Необходимо отметить, что согласно МСФО выручка (доход от основной (обычной) деятельности) всегда должна оцениваться по справедливой стоимости.

Выручка от предоставления услуг должна признаваться путем указания на стадию завершенности сделки на отчетную дату. Стадия завершенности сделки, затраты, понесенные при реализации сделки, и затраты, необходимые для ее завершения, должны быть надежно оценены.

В МСФО для признания в бухгалтерском учете выручки от оказанных услуг оговорены специальные условия, в российском учете действует общий порядок признания выручки от оказанных услуг, оговоренный в ПБУ 9/99 «Доходы организации». Автор сравнил существующие подходы для признания выручки от оказанных услуг в российском учете и учете по МСФО. Сравнительный анализ представлен в табл. 1.

Таблица 1

**Признание выручки от оказанных услуг
по МСФО и российским стандартам бухгалтерского учета**

МСФО 18	Российский аналог, согласно ПБУ 9/99	Пояснения
Сумма выручки за услуги может быть выявлена и определена с необходимой точностью	Сумма выручки может быть определена	Данные критерии являются схожими
Существует достаточная вероятность получения экономических выгод, связанных с оказанием данной услуги	Имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет увеличение экономических выгод организации	Данные критерии являются схожими
Можно с необходимой достоверностью определить стадию завершения сделки на отчетную дату	Право собственности (владения, пользования и распоряжения) на продукцию (товар) перешло от организации к покупателю или работа принята заказчиком (услуга оказана)	Различия заключаются в том, что в российском учете для признания выручки необходимо признание этой выручки заказчиком, а в международном достаточно определить стадию завершения исполнителем (в международном учете действует принцип приоритета содержания над формой)
Затраты на оказанные услуги, уже понесенные и необходимые для ее завершения, можно определить без больших погрешностей (с приемлемой достоверностью)	Расходы, которые произведены или будут произведены в связи с этой операцией могут быть определены.	Данные критерии являются схожими
Нет	Организация имеет право на получение этой выручки, вытекающее из конкретного договора или подтвержденное иным соответствующим образом	Различия связаны с действием принципа приоритета содержания над формой. Экономическое содержание превышает юридическую форму, в российском – юридическая форма является необходимой частью признания доходов

Источник: разработана автором

Различия в трактовках третьего критерия признания выручки может привести к существенным расхождениям в показателях финансовой отчетности составленной по российским стандартам бухгалтерского учета и МСФО. Согласно МСФО не учитывается такой критерий как признание выручки заказчиком, в российском же учете данный фактор является существенным. По мнению автора, критерий признания услуги заказчиком в российском учете фактически повторяет второй критерий, а именно полу-

чение экономической выгоды от оказанной услуги. В случае отсутствия уверенности у исполнителя в факте признания услуги, пропадает и экономическая выгода от оказанной услуги, и она уже не может быть признана в качестве выручки. Согласно же российскому учету необходимым условием для включения оказанной услуги в доход является подписания акта сдачи – приемки работ, а дата подписания не всегда может совпадать с датой оказания услуги, в связи с этим могут возникнуть расхождения в начислении дохода от оказанной услуги в российском учете и согласно МСФО.

На основании стандарта МСФО – 18 выручка от оказанных услуг должна признаваться только тогда, когда есть уверенность получения экономических выгод от сделки, и в зависимости от уровня предсказуемости финансового результата может быть признана одним из трех способов:

1. Метод признания выручки по мере готовности.
2. Признание выручки в пределах возмещения затрат. Учет по уровню безубыточности: отсутствие прибыли и убытков.
3. Отсутствие признания выручки (признание всей суммы невозмещаемых затрат в качестве расхода), в случае, когда нет вероятности возмещения расходов.

В отрасли электросвязи процесс производства и оказания услуги имеет непрерывный и постоянный характер, период оказания одной услуги достаточно мал и в связи с этим в договоре оговаривается расчетный период и время действия договора. Исходя из проведенного анализа критериев и методов признания выручки от оказанных услуг по МСФО, можно сделать вывод, что выручка от оказанных услуг связи должна признаваться по мере готовности на каждую отчетную дату, как правило, это является последняя дата месяца. Выручка определяется по данным приборам учета (системы биллинга) и величины принятых на предприятии тарифов. Выручка признается только по тем видам услуг, по которым могут быть определены затраты. Учет ведется по каждому договору и виду оказываемых услуг связи. Выручка может быть пересмотрена, но это не означает, что она не может быть оценена.

Согласно МСФО стадия завершенности услуги по договору может быть определена:

1. На основе периодически составляемых отчетов о выполненной работе.
2. Путем оценки объема в процентах к общему объему услуг по договору.
3. Пропорционально затратам на выполнение услуг.

В электросвязи стадия завершенности услуги определяется на основе периодически составляемых отчетов о выполненной работе, а именно по данным приборов учета.

Список литературы:

1. МСФО (IAS) 18 «Выручка» (учебное пособие) [Электронный ресурс] / Подготовлено экспертами проекта «Реформа бухгалтерского учета и отчетности II»; осуществлен сотрудниками ЗАО «Прайсвотерхаускоopers Аудит» и ООО «Росэкспертиза». Элект. текст. дан. – М.: Б. изд. 2007. Режим доступа: http://www1.minfin.ru/ru/accounting/accounting/international/training_materials/, свободный.
2. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 9/99 «Доходы организации», утверждено приказом Минфина от 06.05.1999 № 32н.
3. Порядок ведения операторами связи раздельного учета доходов и расходов по осуществляемым видам деятельности, оказываемым услугам связи и используемым для оказания этих услуг частям сети электросвязи, утвержден Приказом Мининформсвязи № 54 от 02.05.2006.
4. Правила оказания услуг местной, внутризоновой, междугородной и международной телефонной связи, утверждены Постановлением Правительства РФ от 18.05.2005 № 310.

Секция 16

ФИНАНСЫ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

РОЛЬ БЮРО КРЕДИТНЫХ ИСТОРИЙ В УКРЕПЛЕНИИ ФИНАНСОВОЙ СФЕРЫ

© Астахова В.Б.*

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград

Важнейшим составным элементом финансовой системы государства является банковская сфера, обеспечивающая эффективное использование финансовых ресурсов путем предоставления различных видов ссуд. Риск невозврата выданных кредитов стимулирует банкиров и иных заинтересованных лиц в поиске и применении на практике передовых приемов предупреждения ситуаций, чреватых финансовыми проблемами. Недопущение выдачи проблемных кредитов достигается благодаря получению исчерпывающей информации о заемщике из бюро кредитных историй. Деятельность БКИ с банками и их клиентами ориентирована на решение проблем, сопряженных с кредитными операциями, что обуславливает повышенный интерес к тому, как развиваются БКИ, и как они могут влиять на укрепление финансовой сферы государства.

Мировая практика свидетельствует, что эффективное развитие экономики, финансового сектора государства невозможно без информационной открытости и прозрачности между кредитными учреждениями и ссудополучателями. Сравнительно небольшой период функционирования финансово-кредитных учреждений и остальных хозяйствующих субъектов по законам рынка в России обусловили уникальную ситуацию в развитии финансовой сферы и банковской системы. Картина, наблюдаемая на российском кредитном рынке, соответствует «шоку предложения» – резкому росту предлагаемых кредитных продуктов при более замедленном спросе на них. Конкуренция банков за надежных заемщиков обеспечила выработку критериев, согласно которых осуществляется их отбор и определяется способность клиента своевременно выполнить свои обязательства перед банком.

Окончательным аргументом при принятии решения о выдаче кредита или отказе в нем приоритетным является уверенность банкира в реальности погашения кредита. Изучая материалы публикаций российских экономистов и банкиров, а также исходя из собственного опыта, можно выделить следующие наиболее распространенные недостатки в работе банков при отборе клиентов, желающих получить кредит:

* Соискатель кафедры Банковского дела и корпоративных финансов

- решение принимается на основе субъективного мнения эксперта, его личного опыта, интуиции, знаний,
- неуправляемость экспертизы, когда ее качество – это случайная величина, которую практически невозможно улучшить или ухудшить,
- проблематичность накопления опыта эксперта как положительного, так и отрицательного, а отрицательный опыт – это новые просроченные или невозвратные кредиты, т.е. то, что должно быть полностью исключено,
- высокая стоимость экспертизы ограничивает как число подаваемых заявок, так и минимальный размер кредитной заявки.

Упущения и ошибки при определении кредитоспособности заемщиков проявляются во все возрастающей доле просроченных и невозвращенных кредитов. Доля невозвращенных кредитов в целом по банковской системе в 2005 г. составила 7 %, в 2006 г. – 16 %, в 2007 г. – 20 %. Максимальные риски у банков возникли в 2007 г. при кредитовании в торговых сетях – самый высокий уровень просроченной задолженности оказался, по данным «РусРейтинга», у банка «Хоум кредит» – около 28 %, у Дельта-Банка – 13,8 %, Альфа-Банка – 9,2 %, «Русского Стандарта» – 8,4 % [4].

По данным Минфина в 2007 году сумма кредитов, которые граждане успели набрать за несколько последних лет, уже перевалила за 1,4 триллиона рублей. Одновременно растет число тех, кто не возвращает заимствованные деньги. Эти данные указывают на то, что банки, ориентированные на потребительское кредитование, оказались в сложной ситуации, а зампред Комитета Госдумы по кредитным организациям и финансовым рынкам В. Тарачев предупредил о возможности локального банковского дефолта, что негативно отразится на финансовой сфере [4].

Проблема оценки кредитоспособности российских заемщиков послужила стимулом для разработки и принятия в 2004 году Закона «О кредитных историях», согласно которому все банки в обязательном порядке стали передавать сведения о своих заемщиках в бюро кредитных историй (БКИ). По сути, система кредитных бюро создана в интересах и банков и заемщиков. Банки при помощи БКИ получили реальную возможность снизить риски невозврата кредитов, а вторые – иметь возможность с помощью хорошей кредитной истории получить более дешевые кредиты. В комплексе – это позитивный фактор с точки зрения финансов государства, так как активизируется кредитный механизм.

Однако говорить об успешной работе БКИ пока рано. К концу 2007 г. в БКИ содержится не более 10 % записей о заемщиках от общего числа потенциальных клиентов банков. Кроме того, количество и качество информации, содержащейся в БКИ, не удовлетворяет запросы банкиров [4]. До сих пор БКИ не стали органической частью финансовой жизни российских граждан и не до конца вписались в банковскую систему России.

Такой вывод делает большинство экспертов и представителей самих кредитных бюро [5]. По данным департамента внешних и общественных связей Банка России в 2007 г. лишь в половине случаев Центральный каталог кредитных историй (ЦККИ) нашел необходимую информацию о местонахождении кредитной истории. Остальные 50 % запросов, поступивших в ЦККИ, остались без ответа, т.е. по интересующему заемщику не нашлось вообще никакой официальной информации ни в одном из кредитных бюро. Получается, что половина всех заемщиков либо впервые обратилась за ссудой, либо не имеет кредитной истории, переданной в бюро. Напрашивается вывод: система БКИ сейчас работает в два раза менее эффективно, чем требуется [5].

Генеральный директор Объединенного бюро кредитных историй Т. Иванова высказала свое мнение по этому поводу: «Такая ситуация сложилась из-за влияния множества факторов. Основным из них является «молодость» российских кредитных бюро. Эффективность сотрудничества между банками и бюро еще далека от уровня тех стран, где БКИ работают не один десяток лет. Наши бюро пока просто не успели накопить объем информации, сравнимый с базами давно работающих западных коллег» [5].

Тем не менее, все возрастающие объемы выдаваемых населению кредитов способствуют развитию рынка кредитных историй. Сейчас Федеральной службой по финансовым рынкам зарегистрировано 23 БКИ. По информации Банка России, 96 % всех накопленных историй приходится на 5 крупнейших бюро: «Глобал Пэйменте Кредит Сервиз», Национальное бюро кредитных историй, БКИ «Инфокредит», БКИ «Экспириан-Интерфакс», КБ «Русский Стандарт». Этими БКИ сформированы кредитные истории, 99,6 % которых принадлежат физическим лицам. Остальные 18 бюро – региональные и локальные, организованные при одном или небольшой группе банков. Они специализируются на работе с потребительскими кооперативами граждан, управляющими компаниями, товариществами собственников жилья, операторами сотовой и проводной связи, со злостными неплательщиками [5]. Формирование требуемой базы данных для БКИ – это вопрос времени, о чем свидетельствует динамика количества имеющихся кредитных историй. К концу июля 2006 г. в ЦККИ было накоплено 7 млн. титульных частей кредитных историй, к началу 2007 г. – 15 млн., в январе 2008 г. – свыше 28 млн.

Главное достижение БКИ в том, что население начинает осознавать свои законные права на внесение данных о погашенных ими в срок долговых обязательствах в свои кредитные истории. Федеральный закон «О персональных данных» дополнительно разъяснил гражданам, что информация, содержащая их персональные данные, часть которых входит в кредитные истории, обязана операторами – банками и другими кредиторами

– защищаться и направляться в БКИ в обязательном порядке, но с письменного согласия заемщика. Это обстоятельство позитивно отразилось на качестве предоставленных банками кредитов тем заемщикам, которые предоставили информацию о своей деятельности в БКИ. На прошлогодней конференции, посвященной деятельности бюро кредитных историй, их представители сообщили, что по их данным, кредиты, просроченные более, чем на 30 дней, составили 12 % в количественном выражении от всех кредитов, данные по которым поступают в БКИ, кредиты с просрочкой свыше 90 дней составляют 9 %. При этом обозначилась закономерность – просроченными чаще бывают небольшие по сумме кредиты. Их доля по объему не превышает 2,5-3 % [6].

По Волгоградской области, например, в 2006 году один из региональных банков, который работает с одним из самых крупных БКИ сделал 35,2 тыс. запросов, из них 58 %- по юридическим лицам, 42 % – по физическим. Кредитное бюро отклонило 17 % заявок (субъекты с просрочкой более 30 дней – 12,7 %; субъекты с просрочкой более 90 дней – 4,3 %), по 48 % заявок информации не было обнаружено. По остальным заявкам получен положительный отзыв, т.е. те потенциальные заемщики, финансовое положение которых позволяло им получить кредит, фактически его получили. По другим заявкам не было отрицательной информации из кредитного бюро, и соответственно, банк воспользовался результатами своего анализа платежеспособности клиентов.

Несмотря на общую позитивную тенденцию в развитии БКИ, существует ряд проблем, препятствующих эффективной их деятельности. Наиболее актуальная проблема БКИ – отсутствие соответствующих баз данных по заемщикам из-за того, что нет легально работающих механизмов накопления и обмена информацией между БКИ. В законе о кредитных бюро не прописано, как именно БКИ должны сотрудничать и обмениваться информацией между собой, т. е. единое информационное пространство, как залог эффективности функционирования БКИ еще не сложилось. У идеи об обмене сведениями о заемщиках есть и противники – это лидеры рынка кредитных историй. Они могут потерять основное свое конкурентное преимущество – большой объем баз данных по заемщикам. Генеральный директор бюро «Глобал Пэйменте Кредит Сервис» О. Лагуткин считает: «Обмен информацией между бюро не выгоден ни БКИ, ни банкам. Ведь для бюро это означает передачу клиентов конкурентам, а для банков – убийство конкуренции между БКИ. Для кредитных организаций стратегически правильнее иметь несколько активных бюро, чтобы не позволить им повышать цены» [5].

Справка о доходах – важный документ при решении банка о выдаче кредита физическому лицу. Но эти справки нередко бывают поддельными, и банкиры хотели бы получить от налоговиков подтверждение прав-

дивости сведений о заработке клиента. Закон о кредитных бюро способен дать право кредитным бюро получать ту информацию от налоговиков, которая требуется банку для принятия решения о выдаче кредита. Но налоговикам в такой ситуации придется нарушить налоговую тайну, даже если она неточная и предоставляется не полностью.

По-прежнему сохраняется угроза утечки информации о заемщиках, хотя определенные меры по ее защите приняты после появления в продаже базы данных банковских заемщиков в конце 2006 г., масштабы которой беспрецедентны – более 3 млн. записей о заемщиках банков [7].

Все еще слабо используются возможности системы управления эффективностью бизнеса (Business Performance Management – BPM). В банках информация о клиентах создается в различных подсистемах – кредитный модуль, система автоматизации РКО, CRM, процессинговый центр. При этом значения атрибутов в разных системах могут различаться. При подготовке реестра для БКИ это ведет к дублированию записей об одном и том же клиенте. Решением проблемы является формирование в BPM-системе реестра клиентов, очищенного от противоречий в значениях их атрибутов. Подготовка, предоставление и обмен данных в БКИ на основе BPM-систем может дать следующий позитивный эффект:

- информация в BPM-системе имеет высокую достоверность, так как ежедневно обновляется и пополняется. При этом в момент загрузки данные проходят проверку, «очистку» и согласование;
- существенно снижается трудоемкость подготовки файлов для передачи данных, что возможно за счет автоматизации сбора, обработки информации, получения отчетов в требуемых форматах;
- накопленные сведения могут быть использованы в процессе управления банковскими рисками, при подготовке отчетности по РПБУ и МСФО;
- многофилиальные банки смогут получать сводную информацию в целом по банку по различным аналитическим разрезам.

Таким образом, кредитные бюро развиваются, ориентируясь на запросы своих клиентов, а повышение эффективности кредитных операций банков благодаря БКИ, доказывает позитивную роль последних в укреплении финансовой системы Российской Федерации.

Список литературы:

1. Федеральный закон «О кредитных историях» № 218-ФЗ.
2. Казакова И.И. О методах оценки кредитоспособности заемщика // Деньги и кредит. 2007. – № 6.
3. Гришина И.В., Гулько А.А. Кредитное бюро: международный опыт и российская практика // Банковское обозрение. – 2007. – № 8.
4. Национальный банковский журнал. – 2007. – № 11.

5. Банковское обозрение. – 2008. – № 1.

6. Прайм-ТАСС. – 2007. – № 58.

7. Коммерсант. – 2006. – № 40.

8. Сайт Банка России: <http://www.cbr.ru>.

9. Сайт НБКИ: <http://www.nbki.ru>.

СПЕЦИФИКА ИНВЕСТИЦИОННЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ

© **Быкова Е.Е.***

Хабаровская государственная академия экономики и права,
г. Хабаровск

В настоящее время существенно возрос интерес к вопросам трансформации инструментов инвестирования домашних хозяйств. В статье рассматриваются особенности наиболее популярных объектов вложений современных домохозяйств, а также исследуются некоторые аспекты влияния регионального фактора на реализацию тех или иных инвестиционных стратегий домохозяйством и определяются пути оптимизации процесса привлечения сбережений домохозяйств в экономику России в качестве реальных инвестиционных ресурсов.

В связи с глубокими изменениями российской экономической системы все более актуальным становится исследование процессов трансформации финансового поведения большинства домашних хозяйств. В частности, интересным является изучение их инвестиционных стратегий.

Под инвестиционной стратегией того или иного домохозяйства следует понимать совокупность принципов поведения или систематическое, постоянное следование домашними хозяйствами некой модели поведения, основанной на комбинации трех независимых компонентов, таких как:

- решение о возможности инвестирования сбережений и определение допустимой нормы вложений, то есть доли совокупного дохода домохозяйства, направляемого на инвестирование;
- выбор инвестиционного инструмента на основе двух его параметров – риска и доходности (возможна диверсификация риска при использовании различных инструментов);
- определение срока вложения.

Все инвестиционные стратегии можно классифицировать по признаку их реализации:

* Соискатель

1. «Нулевые стратегии», при которых инвестиции во что-либо не осуществляются, а все деньги используются на текущие нужды.
2. «Вырожденные стратегии» – маловероятные, практически не встречающиеся на практике (например, высокорисковые, долгосрочные вложения).
3. «Реальные стратегии», наблюдаемые на практике.

Экскурс в историю позволяет сделать вывод, что в России доминирующие инвестиционные стратегии домашних хозяйств серьезно трансформировались с начала 90-х годов по настоящее время. По данным ВЦИОМ, в январе 1992 г., в самом начале экономических реформ, 70 % россиян утверждали, что являются активными субъектами инвестиционной политики. В то время инструментами инвестиций в первую очередь выступали вклады в Сберегательном банке, вследствие этого не существовало проблем принятия финансовых решений, выбора и риска, поскольку все было определено априори.

Затем стали появляться новые альтернативные способы вложения денег, а высокие темпы инфляции привели к резкому снижению реальных доходов населения. В результате к середине 1993 г. лишь 13 % россиян отмечала наличие у них каких-либо денежных накоплений. При этом резко упала привлекательность вкладов в Сберегательном банке и, напротив, стала стремительно возрастать популярность таких способов вложения денежных средств в других коммерческих банках, приобретение акций, иностранной валюты.

В 1994-1995 гг. наступил период «финансовых пирамид», характеризующийся максимальной инвестиционной активностью домашних хозяйств. Возникло множество недобросовестных компаний, обещавших немалую прибыль в короткие сроки, существенно расширились возможности для вложения свободных средств. Крах «финансовых пирамид», появление огромной массы обманутых вкладчиков продемонстрировали российскому населению невозможность получения высоких доходов без риска.

Лихорадочная активность на финансовом рынке пошла на убыль, наступила некоторая стабилизация. При этом массовый характер потерь сбережений не повлек за собой кардинальных различий в склонности к сбережениям, но существенно изменил инвестиционные стратегии, переориентировав их с организованных денежных потоков на неорганизованные формы. Сложившаяся таким образом ситуация практически не претерпела никаких изменений до середины 1998 г. Финансовый кризис августа 1998 г. привел к резкому изменению ситуации как в экономике в целом, так и в сфере личных сбережений населения. Около 33 % домашних хозяйств в России практически полностью потеряли свои сбережения или израсходовали их на потребительские нужды, при этом наиболее мас-

совые потери были связаны с крахом ряда коммерческих банков. Самым главным последствием кризиса явилось серьезное снижение уровня доверия населения к финансовым институтам.

Однако, уже со второй половины 1999 г. по 2005 г. данные официальной статистики и опросы населения зафиксировали позитивные изменения в экономической, политической и социальной сферах. Ситуация в стране стабилизировалась, рост цен замедлился, правительство начало осуществлять массовые выплаты задолженностей по заработной плате. Благодаря росту денежных доходов у россиян появилась возможность вкладывать свободные денежные средства в различные финансовые активы. Но адекватного роста денежных накоплений населения не произошло, хотя наметились некоторые изменения в структуре накоплений: увеличилась доля наличных денег и уменьшилась доля депозитных вкладов. Это означает, что, хотя у домашних хозяйств появились и возможность, и желание осуществлять сбережения, уровень доверия к различным финансовым инструментам был еще достаточно низок и поэтому большинство россиян по-прежнему предпочитали неорганизованные формы хранения денежных средств, такие, как наличные рубли и валюта.

В 2006-2008 гг. перечень инвестиционных инструментов домашних хозяйств существенно расширился.

Накопления граждан в настоящее время не ограничиваются только традиционными вкладами в банках, хотя рост экономики в последние годы привел к резкому увеличению сбережений населения. По данным ЦБ РФ, на 01 апреля 2008 года сумма средств на вкладах физических лиц составила 5 313 643 млн. руб. в том числе в инвалюте 707 182 млн. руб. Однако на срок более трёх лет привлечено всего 369 581 млн. руб. Согласно Федеральному закону от 17.12.2001 № 173-ФЗ «О трудовых пенсиях в Российской Федерации» часть пенсионных накоплений граждан может быть инвестирована управляющими компаниями (государственными и частными) на рынке ценных бумаг. За период 2004-2006 гг. по данным Пенсионного фонда РФ, наблюдался рост накопительной части пенсионных отчислений практически в два раза.

Достаточно популярным средством накоплений домохозяйств являются паевые инвестиционные фонды (ПИФ), стоимость чистых активов которых также показывает положительную динамику, что, по данным Национальной лиги управляющих, позволило ПИФам сконцентрировать по состоянию на 29.05.2007 г. активы в размере 542,41 млрд. рублей. Однако в связи с нестабильностью ситуации на фондовом рынке, в 2008 году наблюдается существенный отток инвестиций на рынке ПИФов и снижение доверия к данному инструменту домохозяйств.

Еще одним инструментом инвестирования являются вложения в ценные бумаги. Однако фондовый рынок на настоящем этапе отличается

сверхконцентрированностью оборотов в ограниченном количестве ценных бумаг, что придает ему высокоспекулятивную, а не инвестиционную функцию, последствия которой заключаются в блокировке процесса реального инвестирования, что в свою очередь способствует увеличению макроэкономической несбалансированности, возникновению финансовых кризисов, приводящих к потере значительной части сбережений населения.

Резкое увеличение числа частных инвесторов на рынке произошло в 2007 году благодаря проведению «народных IPO» тремя крупными государственными компаниями: Сбербанк, «Роснефть» и ВТБ. И если Сбербанк ограничил круг своих акционеров, установив достаточно высокую цену за акцию – 89 тыс. рублей, то размещения «Роснефти» и ВТБ стали истинно народными: минимальная сумма инвестиций составила 15 и 30 тысяч рублей соответственно. Однако, изменения, происходящие на внешних и внутренних финансовых рынках, следствием которых стало снижение котировок акций, в настоящее время привели к «паническим настроениям» и недоверию к данному инструменту инвестиций среди инвесторов из-за финансовой неграмотности населения и неготовности последних к получению прибыли в долгосрочной перспективе.

Проведение «народного IPO» способствовало также расширению применения среди частных домохозяйств такого инструмента вложений, как инвестирование в уставный капитал компаний.

Инвестирование в недвижимость – это наиболее популярный, характеризующийся высокой доходностью инструмент инвестирования на данном этапе развития экономики вследствие ряда причин, таких как:

- положительная динамика улучшения жизни населения;
- устойчивая тенденция роста цен на недвижимость;
- расширение объемов строительства;
- снижение процентных ставок и улучшение основных условий ипотечных кредитов.

Только с начала 2008 г. в России приобретено жилья на 770 млрд. рублей, взятых в ипотеку. Однако по данным Агентства ипотечного жилищного кредитования, доступна она пока только для 20 % семей россиян.

Выбор конкретной инвестиционной стратегии тем или иным домохозяйством обусловлен:

1. Объективными (экономическими) факторами – уровень жизни домашнего хозяйства (уровень текущих доходов, размер накоплений и т.д.), инвестиционный климат в стране.

2. Субъективными (социальными и психологическими) моментами – уровень доверия к государству и различным финансовым институтам; опыт финансового поведения в прошлом (участие в «пирамидах», покупка акций, ценных бумаг) и его субъективная оценка (положительная или от-

рицательная); оценка текущей ситуации в стране (ее благоприятность для осуществления инвестиций) и представления о ее возможных изменениях в будущем (оптимистический или пессимистический прогноз); склонность к риску; знание основных финансовых инструментов; информированность о возможностях вложений; информационные источники, используемые при принятии решения об инвестировании.

Отметим, что в разрезе семи федеральных округов, выделенных в соответствии с указом Президента РФ от 13 мая 2000 года № 849 «О полномочном представителе Президента Российской Федерации в федеральном округе», инструменты инвестирования, используемые домашними хозяйствами, различны. Это обусловлено рядом причин, доминирующая из которых – существенные региональные диспропорции в социально-экономическом положении домохозяйств, природа которых в неравенстве доходов и темпах роста доходов домашних хозяйств в регионах, структуре доходов, заработной плате и пенсии, гендерных различиях в доходах, косвенных индикаторах материальной обеспеченности, уровне бедности, социальных трансфертах, монетизации льгот.

Исходя из вышеизложенных глубоких отличий в социально-экономическом положении домашних хозяйств регионов, можно сделать вывод о невозможности реализации последними существующих инвестиционных стратегий на равных условиях, поэтому необходимо развитие таких направлений конвертации инвестиционного потенциала домохозяйств в инвестиционные ресурсы экономики как:

- проведение государством грамотной политики межбюджетного выравнивания,
- создание системы адаптированных к региональной специфике финансово-кредитных институтов в каждом регионе,
- разработка системы налоговых льгот,
- разработка современной модели государственного регулирования приграничных субъектов РФ, способствующей созданию на основе приграничного сотрудничества самостоятельных, экономически развитых регионов России.

Реализация данных направлений позволит существенно ускорить и оптимизировать процесс привлечения сбережений домохозяйств в экономику России в качестве реальных инвестиционных ресурсов.

Список литературы:

1. Балабанов И.Т. Финансы граждан (как россиянам создать и сохранить богатство). – М.: Финансы и статистика, 1995.
2. Россохин В.В. Финансовые ресурсы России и причины их сверхконцентрации в ограниченном количестве активов на рынке ценных бумаг // Финансы и кредит. – 2008. – № 9 (297). – С. 33-40.

3. Слепов В.А. Персональные финансы // Финансы и кредит. – 2007. – № 40. (280). – С. 2-7.
4. Стребков Д. Трансформация сберегательных стратегий населения России // Вопросы экономики. – 2001. – № 10. – С. 97.
5. Чернов А.Ю. Личные финансы (доходы и расходы семейного бюджета). – М.: Перспектива, 1995.

ОБ УЧАСТНИКАХ ИНФОРМАЦИОННО-КРЕДИТНОГО РЫНКА

© Дроздовская Л.П.*

Главное управление Центрального банка Российской Федерации
по Хабаровскому краю, г. Хабаровск

Рассматривая проблемы развития кредитования, становится ясно, что, кроме отношений между кредитором и заемщиком, важную роль начинают играть факторы, связанные с необходимостью построения, функционирования и развития инфраструктуры рынка – совокупности организаций и отношений между ними, призванных обслуживать отношения между кредитором и заемщиком. На современном этапе следует рассматривать не информационный рынок, и не рынок банковских услуг в отдельности, а вводить понятие «информационно-кредитного рынка», определив состав участников, их виды и функции.

Информационно-кредитный рынок (далее ИКР), в нашем понимании, есть совокупность владельцев и пользователей информационных ресурсов и услуг, экономических отношений между ними в сфере обмена информацией при работе кредитной системы. Рассмотрим, кто является участником информационно-кредитного рынка.

Участников ИКР можно разбить на четыре группы:

- кредиторы – организации, предоставляющие кредитные услуги;
- организации, обеспечивающие инфраструктуру кредитного рынка;
- федеральные структуры – государственные политические и экономические институты;
- потребители кредитных ресурсов, услуг.

* Начальник отдела информатизации управления банка Регионального центра информатизации

Отношения участников строятся относительно информационных ресурсов или услуг, предлагаемых в качестве товара или продукта ИКР, для обеспечения денежно-кредитных отношений участников рынка.

Организации, предоставляющие кредитные услуги

Целями участников этой группы являются: получение полной, достоверной и своевременной информации о партнере (заемщике) для оценки риска заключения сделки (кредитного договора).

В эту группу входят:

- организации банковской системы – Банк России и кредитные организации (банки и небанковские кредитные организации);
- организации парабанковской системы (страховые компании, пенсионные фонды, ломбарды, факторинговые, лизинговые и другие компании, а также организации финансовой взаимопомощи, например, кредитные потребительские кооперативы граждан);
- другие организации, представляющие кредитные ресурсы, услуги, товары в кредит.

Круг организаций, предоставляющих товары или услуги в кредит достаточно широк: телекоммуникационные компании, коммунальные службы, торговля и пр. Другими словами, этот вид участников ИКР работает не только в сфере потребительского кредитования, но и с другими видами кредитов, возникающими из любых других видов возмездных договоров.

*Организации, предоставляющие услуги
по обеспечению инфраструктуры кредитного рынка*

Организации инфраструктуры ИКР представляют собой систему, которая должна работать с момента возникновения у заемщика желания взять кредит, то есть вступить в кредитные отношения и до полного погашения кредита. Организации инфраструктуры ИКР по функциям можно разделить на организации, аккумулирующие данные о заемщиках (Банк России в лице Центрального каталога кредитных историй и бюро кредитных историй), и организации, предлагающие обеспечивающие услуги – коллекторские агентства, брокеры (кредитные и колллекторские). Основной целью этой группы является повышение защищенности кредиторов и заемщиков за счет общего снижения кредитных рисков посредством предоставления имеющейся информации.

Государственные политические и экономические институты

Еще одна группа возможных потребителей и поставщиков информации – федеральные органы, например, налоговые органы, силовые ведомства и пр.

Основными целями их работы на информационно-кредитном рынке можно назвать получение информации о деятельности участников рынка для проведения анализа, планирования совместных действий. Функционально эти участники ИКР по роду своей деятельности ведут различного рода реестры, базы данных, которые могут быть использованы в процессе работы ИКР. Например, база данных Федеральной миграционной службы может быть использована при проверке паспортных данных заемщика.

Особая роль среди этой группы участников ИКР отводится Федеральной службе по финансовым рынкам (ФСФР), на которую в соответствии с Законом о кредитных историях [1] возложены функции правового регулятора системы кредитных бюро.

Потребители кредитных ресурсов, услуг

Потребителями кредитных ресурсов и услуг могут являться юридические и физические лица. Среди юридических лиц могут быть кредитные организации, входящие в первую группу участников. С развитием потребительского кредитования физические лица становятся основными потребителями кредитных ресурсов и услуг. По данным ЦККИ основная часть кредитных историй – 99,6 % – принадлежит физическим лицам [2].

Несмотря на различие в функциях участников, очевидно, что у них есть единые цели – получение информации об участниках ИКР, предоставляемых ими услугах, ценах на информационные ресурсы и услуги, а также размещение информации о себе, предоставляемых ими ресурсах и услугах. В случае с физическими лицами эта цель трансформируется в представление информации о себе как о потенциально «хорошем» партнере или заемщике. Иными словами основными функциями участников являются получение, использование, распространение, передача и хранение информации.

Функционирование некоторой части участников ИКР регламентировано Законом о кредитных историях, другие же работают на рынке, не имея пока нормативно-правового обеспечения (рис. 1).

Для функционирования ИКР должна работать одна из его составляющих – нормативно-правовое обеспечение – регулирование взаимодействия владельцев и пользователей продуктов и услуг. Некоторые проблемы можно решить, внося изменения в существующие нормативные документы:

- включение в информационный обмен кроме банковских организаций, других организаций, предоставляющих кредитные ресурсы, услуги, тем самым, уменьшая кредитный риск и банковских организаций, и организаций включившихся в обмен;
- определение деятельности коллекторских агентств как деятельности экономической, отразив ее в классификаторе видов экономиче-

- ской деятельности (ОКВЭД), упорядочение деятельности коллекторов, например, путем лицензирования;
- описание правил взаимодействия БКИ с государственными структурами (в Законе [1] прописана возможность обращения с запросами в государственные структуры, но правил, ни формы не описано);
 - организация общения пользователя кредитной истории и БКИ по методу «одного окна» путем обмена информацией между БКИ.



Рис. 1. Регламентация деятельности участников ИКР
Законом о кредитных историях.

Результатом нормативно-правового обеспечения ИКР может стать установление равноправного информационного положения заемщиков и кредиторов (не только заемщики смогут выбирать себе кредитора, но и кредиторы получат возможность выбирать заемщика с требуемыми параметрами); достоверная информация – дополнительная гарантия заемщику или партнеру, а для кредитора – минимизация рисков и выбор верной стратегии размещения денежных средств.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 30.12.2004 г. № 218-ФЗ «О кредитных историях».
2. Годовой отчет Банка России за 2007 год.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ

© **Ефремова Т.А.***

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева,
г. Саранск

В настоящее время, недостаточная налоговая грамотность и информированность налогоплательщиков все еще является значимой проблемой налоговых органов. Это подчеркивает необходимость развития, с учетом зарубежного опыта, информационно - консультационной системы, включающей независимое консультирование по всем вопросам налогообложения, проведение разного рода семинаров и тренингов для различных видов налогоплательщиков, размещение в инспекциях информационных стендов, создание операционных залов и офисов по обслуживанию налогоплательщиков и т.п. Своевременное получение независимых и качественных консультаций и информационно-разъяснительная работа по всем вопросам налогообложения способствуют повышению налоговой грамотности и правосознания налогоплательщиков, и, в конечном счете, приводят к улучшению взаимоотношений с налоговыми органами и увеличению собираемости налогов.

Важной составляющей налоговой политики государства считается формирование правильных его взаимоотношений с налогоплательщиками, направленное на восполнение пробелов в знаниях налогоплательщиков и воспитание в них ответственного отношения к уплате налогов.

Сегодня, для того чтобы эффективно вступать в налоговые правоотношения, налогоплательщику важно иметь полную и достоверную информацию. Однако недостаточная налоговая грамотность и информированность налогоплательщиков, особенно физических лиц и предпринимателей без образования юридического лица, все еще является значимой проблемой налоговых органов. Меняются ставки налогов, объекты налогообложения, отменяются одни льготы и вводятся новые, уточняются источники уплаты налогов. Многочисленные изменения и дополнения вносятся в инструктивный и методический материал по налогам. Все это резко увеличивает поток информации по налогообложению, за которым сложно уследить, но необходимо своевременно получить.

Поэтому государство должно обеспечить создание таких условий, при которых налогоплательщик сможет реально воспользоваться и информацией, и рекомендациями. Это обуславливает необходимость повышения

* Преподаватель кафедры Налогов и налогообложения

уровня налоговой культуры населения, его психологической подготовленности к обязанности по уплате налогов, а также улучшение состояния взаимоотношений государства, налоговых органов и налогоплательщиков.

В настоящее время особую роль, на наш взгляд, приобретает проведение комплексной государственной политики, направленной на формирование позитивного отношения к уплате налогов и налоговым органам, воспитание законопослушного налогоплательщика, формирование общественного мнения о престижности ответственных налогоплательщиков и гражданской незрелости и нечестности нарушителей налогового законодательства.

С помощью налоговой пропаганды государство должно влиять на развитие гражданского сознания плательщика, уровень его гражданского и налогового образования, с тем, чтобы формировать такое общественное мнение, которое бы в наименьшей степени занимало толерантную позицию по отношению к неисполнению налоговых обязанностей. В то же время налоговые и бюджетные отношения должны стать прозрачными, то есть налогоплательщики должны реально видеть, на что идут их налоги.

Для соблюдения налоговой дисциплины и предотвращения уклонения от уплаты налогов, по нашему мнению, кроме угрозы санкций, необходимо использовать и предоставление необходимых налогоплательщику услуг. При этом под услугами понимается предоставление требуемой информации, обучение налогоплательщиков, а также оказание иной помощи. Практика развития налоговой пропаганды свидетельствует, что каждое государство должно заниматься этой проблемой, исходя из своих возможностей и потребностей. Многие страны (США, Канада, Великобритания, Швеция и др.) уже давно осознали необходимость проведения работы по информированию налогоплательщиков и оказанию им всесторонней налоговой помощи. К числу методов, направленных на ограничение возможности плательщиков уклоняться от уплаты налогов, в налоговом праве ряда зарубежных стран разработаны специальные доктрины, программы.

В Австралии, например, существует программа консультирования по бухгалтерскому учету для вновь созданных предприятий. Выполняя эту программу, специалисты налоговых инспекций выходят на предприятия для разъяснения требований учета, ответов на вопросы работников. Это не контрольные, не проверочные, а именно консультативные посещения, по результатам которых не могут налагаться санкции. Если недостаточно одной консультации, совершается повторный выход на это же предприятие [1].

В Японии, США, Канаде и в большинстве стран Западной Европы предусмотрено обучение основам налогообложения начиная с детского сада, которое затем продолжается в школе [1].

Мировая практика показала, что налоговое консультирование необходимо. Возможность получить независимые и ответственные консультации способствует повышению налоговой грамотности и правосознания налогоплательщиков, и, в конечном счете, приводит к улучшению взаимоотношений с налоговыми органами и повышению собираемости налогов. Формы и способы организации налогового консультирования в разных государствах различаются. Но, тем не менее, практически во всех развитых государствах существует правило: налоговым консультированием не имеют права заниматься случайные люди. В Германии, например, консультировать по налогам вправе налоговые консультанты, ревизоры, адвокаты, аудиторы. Каждая из этих профессий предполагает серьезную подготовку и серьезный отбор прежде, чем человек получит право практиковать [5]. Во Франции налоговыми консультантами выступают адвокаты [4]. В Нидерландах налоговые консультанты объединены в профессиональные самоуправляемые сообщества, осуществляющие серьезный контроль за деятельностью своих членов [3].

Что касается опыта России, то в настоящее время обязанности по информированию налогоплательщиков возложены на налоговые органы, однако налоговым консультированием занимаются фирмы и индивидуальные предприниматели, аудиторы, адвокаты, российские и зарубежные юридические фирмы. Консультационная деятельность в России не регламентирована законодательством, что создает большие проблемы налогового администрирования. Даже большое количество практикующих в данной области структур не позволяет получить доступную и квалифицированную консультацию каждому налогоплательщику. Причиной тому является высокая стоимость налоговых консультаций, они оказываются не по карману большинству граждан, а именно, основной категории налогоплательщиков, среднему и малому бизнесу. Кроме того, зачастую, качество консультаций не отвечает современным требованиям. На рынке данных услуг лишь незначительное количество фирм имеет солидную репутацию. В настоящее время любое лицо, желающее стать консультантом по налогообложению, может это сделать путем государственной регистрации в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя. Данная деятельность лицензированию не подлежит, так как она не указана в законодательстве в числе лицензируемых видов деятельности.

Большинство фирм-консультантов, не обременяют себя ответственным отношением к консультациям и не берут на себя никакой ответственности. Неправильные рекомендации влекут за собой серьезные последствия в виде наложения налоговыми органами финансовых санкций, что, приводит к конфликтам, дискредитирует налоговое законодательство. Поэтому необходимо, по примеру западных стран, законодательно урегулировать деятельность частных налоговых консультантов или сформиро-

вать саморегулируемые организации, объединяющие налоговых консультантов, которые устанавливали бы требования к ним, условия и стандарты консультирования, а также следили бы за их соблюдением, проводили бы обучение, повышение квалификации.

Таким образом, совершенно очевидна необходимость упорядочивания этой деятельности в России с ориентацией на мировой опыт налогового консультирования. При этом не важно, в какой форме достигается обеспечение налоговой грамотности населения: при помощи информирования или консультирования, важно достижение общей цели – восполнение пробелов в знаниях налогоплательщиков налогового законодательства и воспитание у них ответственного отношения к уплате налогов.

Возлагаемые на налоговые органы функции обуславливают необходимость совершенствования системы налогового администрирования, повышения эффективности функционирования системы налоговых органов, обеспечения роста налоговой грамотности и информированности населения. Информационно-разъяснительная работа является инструментом обратной связи, позволяющим не только решать проблемы налогоплательщиков, но и способствующим организации работы самих налоговых органов.

Налоговым Кодексом Российской Федерации закреплено право налогоплательщиков, получать от налоговых органов по месту учета бесплатную информацию о действующих налогах и сборах, порядке их исчисления и уплаты, законодательстве о налогах и сборах, о правах и обязанностях налогоплательщиков, полномочиях налоговых органов и их должностных лиц (ст. 21 НК РФ). Налоговые органы, в свою очередь, обязаны данную информацию своевременно предоставлять (ст. 31 НК РФ).

Информационно-разъяснительная работа с налогоплательщиками должна иметь приоритетное значение в деятельности налоговых органов и иметь максимально возможный охват, как юридических, так и физических лиц. В рамках данной деятельности необходимо проведение пресс-конференций, брифингов и «круглых столов» с представителями печатных и электронных средств массовой информации, размещение материалов в региональных и местных печатных и электронных СМИ и т.п.

Немаловажным фактором, влияющим на формирование позитивного отношения к обязанности по уплате налогов, является налоговое образование налогоплательщиков через специальные формы налогового обучения, в том числе проведение разного рода семинаров и тренингов для различных видов налогоплательщиков.

Изменение структуры налоговых органов, в которых с недавнего времени появились специальные отделы по информированию налогоплательщиков, также положительно сказывается на повышении авторитета налоговых органов. Именно специалисты таких подразделений оказывают

помощь в заполнении деклараций, предоставляют информационные материалы, организуют и проводят семинары, работают со средствами массовой информации. При наличии у налогоплательщиков конкретных вопросов по налогообложению такие подразделения могут связаться с профильным подразделением налогового органа для квалифицированного ответа на вопрос.

Важной задачей по информированности налогоплательщиков, повышению их налоговой грамотности с целью предотвращения уклонения от уплаты налогов, является создание в налоговых органах операционных залов и офисов по обслуживанию налогоплательщиков, предназначенных для оперативного их информирования и консультирования. Создание залов работы с налогоплательщиками во многом решит проблему очередей в налоговых инспекциях, облегчит работу инспекторам и повысит качество и культуру обслуживания налогоплательщиков.

Повышению налоговой грамотности будет также способствовать размещение в инспекциях информационных стендов по определенной тематике: основные выдержки из последних изменений нормативно-правовых актов, технология представления отчетности, календарь налогоплательщика, обзоры актуальных вопросов. Налогоплательщику должен быть предоставлен порядок заполнения различных справок, заявлений, уведомлений, перечень необходимых форм бухгалтерской отчетности, памятка об уплате налогов и сборов, образцы платежных документов, коды бюджетной классификации, казначейские счета, информация о налогах и сборах и т.д., предоставлен локальный доступ в информационные системы Консультант-плюс, Гарант и др.

Таким образом, повышение уровня налоговой грамотности и информированности налогоплательщиков приобретает в настоящее время первоочередное значение, так как лишь при высоком уровне налоговой культуры станет возможным соблюдение налоговой дисциплины, снижение уклонения от уплаты налогов и увеличение доходов бюджета.

Список литературы:

1. Александров И.М. Налоговые системы России и зарубежных стран. – М.: «Бератор-Пресс», 2003.
2. Налоговый Кодекс Российской Федерации части 1 и 2 (с последующими изменениями и дополнениями) / Правовая система Гарант.
3. Павлова Л.П. Налогообложение в Нидерландах // Финансы. – 1995. – № 12. – С. 25-26.
4. Сашичев В.В. Организация налоговых проверок во Франции // Налоговый вестник. – 1997. – № 10. – С. 15-17.
5. Тютюрюков Н. Налоговые системы зарубежных стран: Европа и США. – М.: Издательский дом Дашков и К., 2002.

УВЕЛИЧЕНИЕ ОБЪЕМОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКАХ

© **Зубцова М.В.***

КБ Ренессанс Капитал (ООО),
Орловская Региональная Академия Государственной Службы,
г. Орел

Несмотря на удорожание финансовых ресурсов, рынок потребительского кредитования в регионе будет стремительно расти. Отличительной чертой 2008 года станет совершенствование качественных характеристик банковских продуктов.

12 декабря 2007 года вступили в силу поправки к закону «О защите прав потребителей», касающиеся в том числе и потребительского кредитования: закон обязывает банки «указывать размер кредита, полную сумму, подлежащую выплате потребителем, и график погашения этой суммы».

Изменения вносятся так же и в ст. 30 закона «О банках и банковской деятельности» и устанавливают обязанность кредитной организации до заключения кредитного договора с заемщиком – физическим лицом либо до изменения условий договора предоставлять заемщику информацию о полной стоимости кредита. При этом устанавливается, что в расчет полной стоимости кредита должны включаться платежи заемщика по кредиту, связанные с заключением и исполнением кредитного договора, в том числе платежи в пользу третьих лиц, если в договоре определены такие лица.

Устанавливается, что в случае, если полная стоимость кредита не может быть определена до заключения кредитного договора, поскольку кредитный договор предполагает различные размеры платежей в зависимости от решения заемщика, полная стоимость кредита определяется исходя из максимально возможных суммы кредита и срока кредитования.

Таким образом, битва с практикой установления банками скрытых комиссий продолжается. Кто только ни пытался в 2007 году повлиять на политику банков: Федеральная антимонопольная служба, Роспотребнадзор, прокуратура. В июле вступило в силу специальное распоряжение Банка России о раскрытии ставок по кредитам. Все это привело к плавному снижению ставок в течение первого полугодия 2007 года. И все-таки тренд не получил развития: кризис ликвидности на мировых финансовых

* Менеджер по кредитованию физических лиц, аспирант

рынках спровоцировал виток роста стоимости банковских пассивов и, как следствие, всех кредитных продуктов.

В первом полугодии 2007-го все группы банков – региональные, федеральные, дочерние иностранные структуры – начали нехотя снижать ставки по потребительским кредитам. Требования к заемщикам становились все либеральнее. Этому способствовала некогда благоприятная обстановка на финансовых рынках. Помимо того, под влиянием вступившего в силу с 1 июля указания Банка России 1759 о раскрытии эффективной процентной ставки банки начали улучшать качественные характеристики продуктов. Прозрачность условий становится фактором, определяющим конкурентоспособность кредитной программы, вследствие этого строй банков, предоставляющих услуги экспресс-кредитования, установили прямые ставки по кредитным продуктам.

Однако разразившийся в конце лета ипотечный кризис в США сломал наметившуюся тенденцию. Обрести западное финансирование российским банкам стало сложнее, деньги подорожали, ликвидность российской банковской системы снизилась. В результате уже к началу осени ставки по кредитам населению выросли на 1-2 %, а требования банков к заемщикам существенно ужесточились. В особенности это коснулось наиболее рискованного продукта – кредитов без первоначального взноса. И на сегодняшний день можно говорить о том, что банки продолжают корректировку программ.

Между тем на планы банков по наращиванию объемов потребительского кредитования эта ситуация не повлияет. Многие, выбирая между корпоративной и розничной клиентурой, все чаще будут возвращать приоритет последней, исходя из того, что народонаселение – клиент стратегический. Как раз потому динамика пространственного развития рынка не упадет: число банковских офисов по-прежнему будет одним духом расти. Как подтверждает вице-президент – управляющий департамента розничных услуг Уральского банка реконструкции и развития Алексей Овчинников, «для эффективного кредитования частных клиентов необходимо, во-первых, располагать большой линейкой массовых, доступных предложений, а во-вторых, просторным географическим охватом».

Спрос на банковские кредиты в России со стороны частных клиентов ещё длительно не будет удовлетворен. Чтобы притянуть на обслуживание новые категории клиентов, банки продолжают разработку продуктов. Все активнее будут предлагаться продукты, направленные на определенную целевую аудиторию и учитывающие ее потребности, например, кредиты на туры или обучение. При этом типичной чертой рынка станет не только тяготение банков привлечь новую клиентскую базу, но и сберечь уже имеющуюся. Поэтому центральной упор будет сделан на сервис, скорость предоставления кредитов, а кроме того на формирование сопутст-

вующих услуг. Таким образом, несмотря на удорожание ресурсов, отрицательных тенденций в секторе потребительского кредитования в России в 2008 году дожидаться не стоит.

Список литературы:

1. ФЗ «О банках и банковской деятельности».
2. ФЗ «О защите прав потребителей».
3. Региональная деловая газета.
4. Ассоциация «Россия».
5. Банковский портал Bankir.ru.

ОСОБЕННОСТИ МЕХАНИЗМА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЗАЁМНОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ ЛПК ПРИМОРСКОГО КРАЯ

© Колобова Е.А.*

Дальневосточный государственный университет,
Институт менеджмента и бизнеса, г. Владивосток

Лесопромышленный комплекс Приморского края является неотъемлемой частью формирования промышленности региона. В тоже время большая часть организаций лесной отрасли находится в кризисном финансовом состоянии, что определяется отсутствием эффективного механизма ведения бизнеса, в том числе управления источниками финансирования. Формирование структуры капитала и привлечение заёмных средств в лесопромышленном комплексе имеет свои особенности, выявление которых позволит моделировать бизнес-процессы на каждом этапе развития хозяйствующего субъекта.

Лесные ресурсы Приморского края на 1 января 2008 года составили 12,1 млн. га с запасами древесины 1,8 млрд. куб. метров. В лесах Приморского края преобладают деревья хвойных пород, таких как, ель, пихта, сосна, кедр, лиственница, которые пользуются повышенным спросом на мировом рынке.

В настоящее время на территории края действует более 460 организаций лесопромышленного комплекса. В соответствии с Федеральной службой государственной статистики по Приморскому краю наибольший удельный вес в общем количестве организаций ЛПК ПК занимают малые предприятия. Их количество за 2002-2006 гг. возросло на 45,6 %. Несмот-

* Ассистент кафедры «Налоги и налогообложение»

ря на то, что малые предприятия в 2006 г. занимали 88,6 % в общем количестве организаций, их объём производства составил незначительную долю – 23,7% [1]. В основном они занимаются заготовкой, неглубокой переработкой леса и его экспортом и не способствуют развитию региональной экономики.

Особенности хозяйствования организаций ЛПК Приморского края обуславливают механизм привлечения и выбора форм заёмного капитала. Наиболее характерным источником финансирования и самым неэффективным для всех форм собственности остаётся кредиторская задолженность, использование которой не даёт организациям возможности в перспективном развитии [1]. Финансирование за счёт данного источника идёт в основном на текущие цели и не позволяет формировать стратегию предпринимательских структур ЛПК Приморского края, учитывающую конъюнктуру спроса и предложения, а также предпринимательские риски разработки новых видов продукции и услуг. В тоже время практика показывает, что использование долгосрочных заёмных средств является более перспективным и менее затратным. Наиболее востребованными формами заёмного капитала в настоящее время остаются краткосрочные банковские и коммерческие кредиты, отвлекающие средства организации и не способствующие повышению результативности.

Следовательно, одной из важнейших проблем повышения эффективности деятельности ЛПК Приморского края является разработка механизма привлечения заёмного капитала в рамках имеющихся возможностей и ограничений, в том числе наличия рисков.

Механизм привлечения заёмных средств позволит сформировать адекватную действующим условиям экономическую политику в области привлечения внешних источников финансирования.

Основным инструментом, характеризующим механизм привлечения заёмного капитала, на наш взгляд, является эффект финансового рычага (ЭФР). Данный показатель позволяет определить прирост рентабельности собственных источников финансирования, генерируя прибыль от привлечения и использования заёмных средств [3]. Помимо ЭФР характеристиками формирования рациональной структуры капитала служат такие показатели как чистая прибыль, рентабельность собственного капитала, экономическая рентабельность, которые позволяют определить эффективность процесса использования внешних источников капитала и выявить наиболее приемлемые для предпринимательской структуры (табл. 1).

Оценка динамики ЭФР организаций ЛПК Приморского края показала, что он был отрицательным для всех размеров хозяйствования, т.е. имело место не приращение к рентабельности собственных средств, а исключение из неё, снижающее эффективность использования капитала отрасли. Следовательно, можно сделать вывод о том, что крупные и средние орга-

низации ЛПК Приморского края повышали чистую рентабельность собственного капитала не за счёт эффективного использования заёмных средств, а за счёт роста объёмов продаж и цен на свою продукцию. Чистая рентабельность собственного капитала малых организаций ЛПК ПК снизилась на 1,6 %, что свидетельствует о неэффективном использовании заёмных средств и нерациональной структуре источников финансирования, в основе которой кредиторская задолженность [1].

Таблица 1

Анализ динамики эффекта финансового рычага крупных, средних и малых организаций ЛПК Приморского края за 2002-2006 гг.

Показатели	2002	2003	2004	2005	2006	Отклонение, 2006 г. по сравнению с 2002 г.
КРУПНЫЕ И СРЕДНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ						
Чистая прибыль, млн. руб.	8,0	50,0	126,6	204,7	363,3	+355,3
Чистая рентабельность собственного капитала, %	0,4	2,7	5,9	7,0	11,3	+10,9
Эффект финансового рычага, %	-5,7	-5,8	-3,0	-2,1	-0,8	+4,9
Экономическая рентабельность активов, %	7,5	10,1	11,1	11,3	15,9	+8,4
МАЛЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ						
Чистая прибыль, млн. руб.	4,3	5,5	23,6	-19,9	-46,1	-50,4
Чистая рентабельность собственного капитала, %	0,2	0,3	1,1	-0,7	-1,4	-1,6
Эффект финансового рычага, %	-3,8	-5,4	-3,5	-3,9	-4,4	-0,6
Экономическая рентабельность активов, %	5,2	7,4	6,0	4,3	3,9	-1,3

Примечание: Рассчитано по [1].

Анализ эффективности использования заёмных источников финансирования позволил сделать вывод, что крупные и средние предприятия ЛПК ПК, несмотря на отрицательный ЭФР увеличили рентабельность собственного капитала, тогда как для малого бизнеса чистая рентабельность собственного капитала имела отрицательную динамику.

Применяя известную модель «Du Pont», можно преобразовать рентабельность собственного капитала следующим образом [4]:

$$P_{\text{ск}} = \text{НБ} \times \text{ПБ} \times P_{\text{пр.}} \times O_a \times \text{ФЛ}, \quad (1)$$

где НБ – налоговое бремя, в долях;

ПБ – процентное бремя, в долях;

$P_{\text{пр.}}$ – рентабельность продаж, в долях;

O_a – оборачиваемость активов, в долях;

ФЛ – коэффициент финансового рычага (левериджа), в долях.

Таким образом, показатель рентабельности собственного капитала был преобразован в пятифакторную мультипликативную модель:

$$y = x_1 \times x_2 \times x_3 \times x_4 \times x_5, \quad (2)$$

где x_1 – чистая прибыль / прибыль до уплаты налогов;

x_2 – прибыль до уплаты налогов / прибыль до уплаты процентов и налогов;

x_3 – прибыль до уплаты процентов и налогов / чистый объём продаж;

x_4 – чистый объём продаж / актив;

x_5 – актив / акционерный капитал.

На основании информационной базы, сформированной по данным финансовой отчётности крупных, средних и мелких организаций, становится возможным проведение факторного анализа эффективности привлечения заёмного капитала. Это позволит выявить основные показатели, негативно влияющие на собственный капитал и его приращение (табл. 2) [4].

Таблица 2

Оценка динамики доходности собственного капитала крупных, средних и малых организаций ЛПК Приморского края за 2002-2006 гг.

Показатели	2002	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	Отклонение, 2006 г. по сравнению с 2002 г.
Крупные и средние организации						
1. Налоговое бремя	0,4	0,7	0,6	0,7	0,6	+0,2
2. Процентное бремя	0,1	0,3	0,6	0,6	0,7	+0,6
3. Рентабельность продаж	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	+0,1
4. Оборачиваемость активов	1,3	1,3	1,4	1,2	1,3	0,0
5. Коэффициент финансового рычага	0,8	0,9	0,8	0,8	0,6	–0,2
6. Доходность собственного капитала	0,004	0,02	0,04	0,04	0,07	+0,066
Малые организации						
1. Налоговое бремя	0,4	0,3	0,4	–14,2	–1,6	–2,0
2. Процентное бремя	0,1	0,1	0,4	0,01	0,2	+0,1
3. Рентабельность продаж	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0
4. Оборачиваемость активов	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	+0,1
5. Коэффициент финансового рычага	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	+0,1
6. Доходность собственного капитала	0,0004	0,0004	0,003	–0,002	–0,01	–0,01

Примечание: Рассчитано по [1].

Проведённая оценка рентабельности собственного капитала показала, что организации крупного, среднего и малого бизнеса ЛПК Приморского края источники финансирования используют неэффективно. Так, крупные и средние организации в 2006 г. получили доходность собственных средств в размере 0,07, по сравнению с 2002 г. больше на 0,066. На данный результат повлияло увеличение таких показателей, как рентабельность и объём продаж. В тоже время коэффициент финансового рычага снизился на 0,2, что говорит об изменении стратегии развития крупных и средних организаций и формировании структуры капитала, направленной на реализацию стратегических задач. Рентабельность собственного капитала малых предприятий в 2005-2006 гг. была отрицательной, так как налоговое бремя в этот период времени составляло (-14,2 и -1,6), соответственно. На отрицательные значения налогового бремени повлияло формирование чистой прибыли, величина которой за исследуемый период была отрицательной. Это связано с неэффективным ведением финансово-хозяйственной деятельности и отсутствием элементов налоговой оптимизации организаций ЛПК ПК.

Следовательно, проведённый анализ свидетельствует, что в последние годы малый бизнес, несмотря на свою мобильность, не в состоянии эффективно использовать заёмные средства.

Использование заёмного капитала расширяет финансовые возможности организаций и позволяет формировать непрерывную производственную деятельность с внедрением инноваций. Проведённая оценка динамики ЭФР и рентабельности собственного капитала показала, что организации ЛПК Приморского края неэффективно используют заёмный капитал, что не приносит доходности и не даёт приращение к собственным источникам финансирования.

Таким образом, учитывая все особенности действующего механизма привлечения и использования заёмных источников финансирования, организациям ЛПК Приморского края необходимо формировать стратегию финансового менеджмента, направленную на достижение максимальных конечных результатов в будущем, используя при этом факторные модели эффективности привлечения заёмного капитала.

Список литературы:

1. Лесопромышленный комплекс Приморья // РОССТАТ ТО ФСГС по Приморскому краю, 2003-2007 гг.
2. Синельников Д.А. Выбор способов и источников финансирования // Финансовый менеджмент. – 2001. – № 4.
3. Финансовый менеджмент: теория и практика. Учебник / Под ред. Е.С. Стояновой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Перспектива, 1997.

4. Хлыстова О.В. Финансовый менеджмент: вопросы теории и практики. – Владивосток: ДВГУ, 2005.

5. Холл Р.Х. Организации: структуры, процессы, результаты. – СПб.: Питер, 2001.

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ФОНДЫ КАК УЧАСТНИКИ РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

© Ларченко О.В.*

Петрозаводский государственный университет, г. Петрозаводск

В статье рассматриваются существующие возможности размещения свободных денежных средств. Особое внимание уделено инвестиционным фондам и в частности, паевым инвестиционным фондам.

Финансовый рынок представляет собой достаточно сложную структуру, объединяющую различные виды рынков, каждый из которых имеет собственные сегменты.

Еще совсем недавно с точки зрения инвестирования средств был интересен валютный рынок. Однако в последнее время, в связи с развитием экономики России, уменьшается её «долларовая» зависимость. И как следствие всё менее интересным становятся вложения в иностранную валюту.

Положив деньги в надежный банк на срочный вклад либо на депозит, можно быть спокойным за их сохранность. Потому что по своей сути банковские вклады служат сохранению денег, нежели их приращению.

Очень выгодными считаются инвестиции на фондовом рынке. Считается, что таким образом можно заработать «сумасшедшие» деньги буквально за пару месяцев, а то и дней. Действительно это возможно, но занимаясь этим факультативно, в свободное от основной работы время, в лучшем случае просто останетесь «при своих». Даже понимая и правильно оценивая все факторы, влияющие на движение котировок ценных бумаг, с огромной вероятностью, скорее проиграете большую часть вложенных денег. Следовательно, возникает необходимость передачи денег в доверительное управление профессионалам. Например, инвестиционным компаниям и инвестиционным фондам. В отличие от самостоятельной игры на бирже этот способ экономит время и нервы и требует небольших комиссионных управляющему. Во всех передовых странах мира насе-

* Старший преподаватель кафедры Экономической теории и финансов

ние и организации передают свои сбережения во «взаимные фонды» с целью долгосрочного прироста накоплений. Число россиян, предпочитающих именно этот способ вложения денег, за последние три года увеличилось в 10 раз.

Резюмируя вышеизложенное, наиболее интересным с точки зрения инвестирования свободных денежных средств представляется *рынок ценных бумаг*.

Поставщиками капитала на финансовый рынок являются покупатели ценных бумаг. Они именуются инвесторами [Мишарев, 2007]. Наиболее часто инвесторов классифицируют по статусу:

- *индивидуальные инвесторы* – отдельные граждане;
- *институциональные инвесторы* – органы, управляющие государственным и муниципальным имуществом, а также юридические лица. Особое место среди институциональных инвесторов занимают банки, совмещающие непрофессиональную и профессиональную деятельность на рынке ценных бумаг;
- *специализированные инвесторы* – представлены на рынке инвестиционными компаниями и инвестиционными фондами.

Инвестиционные фонды выпускают ценные бумаги для мобилизации средств инвесторов и от своего имени приобретают ценные бумаги, недвижимость, размещают средства на банковских вкладах. Отличительной особенностью фондов от инвестиционных компаний является формирование ресурсов. Если инвестиционные компании формируют свои ресурсы только за счёт имеющихся у них средств и продаж ценных бумаг юридическим лицам, то инвестиционные фонды могут формировать свои ресурсы за счёт средств населения.

Особое место среди инвестиционных фондов занимают паевые инвестиционные фонды (ПИФы). Они представляют собой имущественные комплексы без образования юридического лица. Доверительное управление имуществом таких фондов осуществляет управляющая компания. ПИФы выпускают особые именные ценные бумаги – инвестиционные паи, удостоверяющие долю их владельца в праве собственности на имущество, составляющее паевой инвестиционный фонд.

В зависимости от правил взаимодействия с владельцами паёв паевые инвестиционные фонды можно разделить на открытые, интервальные и закрытые. В *открытых* ПИФах выдача и погашение паёв осуществляется ежедневно (по рабочим дням). На деньги пайщиков управляющая компания может покупать ценные бумаги, имеющие биржевые котировки.

В *интервальном* ПИФе выдача и погашение паёв производится только в определённые дни в течение двух недель, обычно 2-3 раза в год. На деньги такого фонда могут приобретаться и ценные бумаги, не имеющие биржевой котировки.

Закрытые ПИФы обычно создаются под конкретные проекты и пока не ориентированы на широкие массы.

Со времени создания первых паевых фондов прошло уже 10 лет. Однако индустрия коллективных инвестиций сложилась сравнительно недавно – в конце 2003 года, когда на рынке работали сто ПИФов. На 08.06.2008 количество работающих ПИФов составляет 1059, в фондах сосредоточено более 800 млрд. рублей [www.nlu.ru]. В табл. 1 представлено количество работающих паевых фондов различных категорий на 08.06.2008.

Таблица 1

Количество работающих паевых фондов на 08.06.2008

Категория	открытые	интервальные	закрытые	всего
Акции	206	49	32	287
Облигаций	76	7	0	83
Смешанных инвестиций	138	43	19	200
Индексный акций	45	0	0	45
Индексный облигаций	1	0	0	1
Фондов	14	3	0	17
Денежного рынка	7	0	0	7
Недвижимости	0	0	338	338
Венчурных инвестиций	0	0	55	55
Прямых инвестиций	0	0	15	15
Ипотечный	0	0	11	11
Всего:	487	102	470	1059

В табл. 2 можно увидеть стоимость чистых активов паевых фондов на 06.06.2008.

Таблица 2

СЧА работающих паевых фондов, млн. руб. на 06.06.2008

Категория	открытые	интервальные	закрытые	всего
Акции	68976,74	26300,69	227047,94	322325,38
Облигаций	16521,16	469,04	0,00	16990,20
Смешанных инвестиций	29947,11	13811,05	67446,89	111205,05
Индексный акций	5797,46	0,00	0,00	5797,46
Индексный облигаций	0,99	0,00	0,00	0,99
Фондов	902,98	898,30	0,00	1801,28
Денежного рынка	595,48	0,00	0,00	595,48
Недвижимости	0,00	0,00	242000,00	242000,00
Венчурных инвестиций	0,00	0,00	34465,67	34465,67
Прямых инвестиций	0,00	0,00	77120,19	77120,19
Ипотечный	0,00	0,00	6540,49	6540,49
Всего:	122741,93	41479,08	654621,18	818842,19

Ни один из российских фондов за эти десять лет не обанкротился, а средняя доходность за последние пять лет составила 67 % ежегодно [www.nlu.ru].

В зависимости от принципа «формирования портфеля» открытые и интервальные фонды разделяют на:

- *Фонды акций*, портфель которых состоит в основном из акций. Стоимость паёв таких фондов может быть подвержена сильным колебаниям, и в зависимости от ситуации на рынке можно в определённый промежуток времени как получить очень высокий доход, так и остаться в убытке (если продать паи в неподходящий момент).
- *Фонды облигаций*, портфель которых состоит в основном из облигаций. Здесь колебания стоимости паёв еле заметны, риск снижения стоимости пая меньше, но и высоких доходов ждать не стоит.
- *Фонды смешанных инвестиций* – это разумное сочетание предыдущих двух.
- *Фонды фондов* – инвестируют не столько в акции и облигации, сколько в паи других ПИФов разных управляющих компаний. В этом случае пайщик получает сразу целый набор инструментов и не ломает себе голову над выбором того или иного фонда или управляющей компании. Очевидно, что риски при этом нивелируются практически без потери доходности. Это, пожалуй, самый удобный способ инвестирования в ПИФы.

Вместе с увеличением популярности ПИФов, появляются более сложные инвестиционные идеи, чем просто фонды акций, облигаций или смешанных инвестиций. Операторы рынка с готовностью удовлетворяют все более изысканный спрос пайщиков фондов. Например, индексные ПИФы. Идея индексного ПИФа проста – следовать своему эталону. Работа управляющего активами сводится к поддержанию структуры портфеля в соответствии с выбранным индикатором, например индексом РТС. При таком подходе отчасти нивелируется риск принятия ошибочного инвестиционного решения, коль скоро человеческий фактор отходит на второй план. Впрочем, не стоит забывать, что методику и базу расчета индекса, в конце концов, определяют люди.

Сегодня в расчет индекса РТС принимаются котировки акций 50 компаний, ММВБ – 21. По идее, портфель, составленный в соответствии с этими индикаторами, должен отличаться высокой диверсификацией и сбалансированностью. Иными словами, риск потери ликвидности стремится к нулю. «Приобретая паи индексного фонда, вы покупаете весь рынок» – эта фраза, похожая на рекламный слоган, вполне отражает суть инвестиционной идеи. К ней остается лишь добавить: «... вместе со всеми его рисками».

Также на рынке появились ипотечные ПИФы. Первые ипотечные ПИФы появились в России в 2006 году, однако пока новый механизм не обрел достаточной популярности на рынке. Ипотечные ПИФы (ИПИФы) – консервативный продукт. При довольно невысокой доходности они явля-

ются очень надежным инструментом, поскольку вероятность дефолта по ипотеке близка к нулю. Особенно ИПИФы интересны институциональным инвесторам: негосударственным пенсионным фондам (НПФ), страховым компаниям, крупным инвесторам. «ИПИФы позволяют диверсифицировать капитал. А, учитывая, что, например, НПФ в работе с пенсионными накоплениями не вправе инвестировать в один финансовый инструмент более 5 % активов, еще один надежный объект вложений не помешает.

Свой интерес имеют и кредитные учреждения, активно развивающие ипотеку. Банк вполне может продать портфель кредитов собственной управляющей компании, получив дополнительные средства на развитие.

Начиная с марта 2006 года к работе приступили 132 новых розничных фонда. Наибольшей популярностью пользуются ПИФы акций. Остальные вновь пришедшие инвестируют либо в другие ПИФы, либо в денежный рынок. Стоит отметить, что всего за один год «популяция» фондов акций увеличилась на 66 %, ПИФов облигаций – на 30 %, смешанных инвестиций – на 37 %.

Более половины ПИФов акций сформированных в течение года, – «идейные» фонды, инвестирующие либо в определенные отрасли либо во второй эшелон, либо в привилегированные бумаги.

Главное при инвестировании в ПИФы запастись терпением и не бежать продавать паи при спадах на фондовых рынках. Периоды подъема сменяются периодами падения, но каждая следующая волна больше предыдущей. Нужно дожидаться желаемого уровня доходности.

Список литературы:

1. Мишарев А.А. Рынок ценных бумаг. – СПб.: ПИТЕР, 2007. – 250 с.
2. Федеральный закон от 22.04.1996 № 39-ФЗ (ред. от 17.05.2007) «О рынке ценных бумаг».
3. Федеральный закон от 29.11.2001 № 156-ФЗ (ред. от 15.04.2006) «Об инвестиционных фондах».
4. <http://www.nlu.ru/stat>.

ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ МОНОПОЛИЙ ПОСРЕДСТВОМ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

© Меркулов А.В.*

Иркутский государственный технический университет, г. Иркутск

* Дежурный инженер Управления оптовой торговли электроэнергией ОАО «Иркутскэнерго», аспирант кафедры Экономики и менеджмента ИрГТУ

В качестве способа привлечения дополнительных средств в бюджет государство может содействовать созданию монопольных структур и регулировать их деятельность посредством налогообложения. В статье приводится анализ подобных отношений и сравнение их с конкурентным рынком.

Современная антимонопольная политика является одним из направлений государственного регулирования экономики и составляет систему мер (законодательство, налогообложение, разгосударствление, приватизация и др.), предусматривающих ограничение монополизации производства и рынков с целью активизации конкуренции.

В случае регулирования посредством налогообложения государство уменьшает выгоду монопольного положения, сокращая экономическую прибыль предприятия-монополиста. Вопросы организации производства общественных благ и его налогообложения рассматривались такими экономистами, как Л.И. Якобсоном [1], Э. Аткинсоном [2] и Дж.Ю. Стиглицом [3], Г. Роусеном [4].

Наиболее распространены два типа налогов – потоварный и паушальный, которые существенно различаются друг от друга по своему влиянию на деятельность монополиста.

Потоварный это налог, ставка которого устанавливается в расчете на единицу продукции, а общая сумма зависит, следовательно, от объема выпуска. Влияние потоварного налога на поведение монополиста показано на рис. 1-а.

Монополист максимизирует свою прибыль уравнивая предельную выручку и сумму предельных затрат, т.е. в точке B^1 . Потоварный налог будет для монополиста дополнительным элементом переменных затрат. При его введении кривые средних и предельных затрат сместятся вверх на величину установленного налога. Соответственно сместится точка B^1 , которая окажется выше нисходящей прямой предельного спроса, что принесет производителю чистые убытки в размере треугольника B^1-B^2-L . В этом случае монополист снизит выпуска продукции, чтобы вернуться в точку равенства предельной выручки предельным затратам, т.е. в точку B^2 . Это приведет к увеличению цены, но прибыль монополиста в результате введения налога сократится.

Паушальный платеж, (нем. pauschail – взятый в целом) – в налоговой практике общая сумма начисленных налогов без разделения их на отдельные виды [5]. В отличие от потоварного, величина паушального налога не зависит от объема выпуска. Поэтому он является для монополиста элементом постоянных, а не переменных и предельных затрат. Например, стоимость патента или лицензии на исключительное право занятия той или иной деятельностью. Величина маржинальных издержек производителя никак не увеличится после введения паушального налога. Соответ-

венно не изменятся оптимальный выпуск и цена продукции, при этом уменьшится получаемая монополистом прибыль, значит, паушальный налог целиком ляжет на монополиста (рис. 1-б).

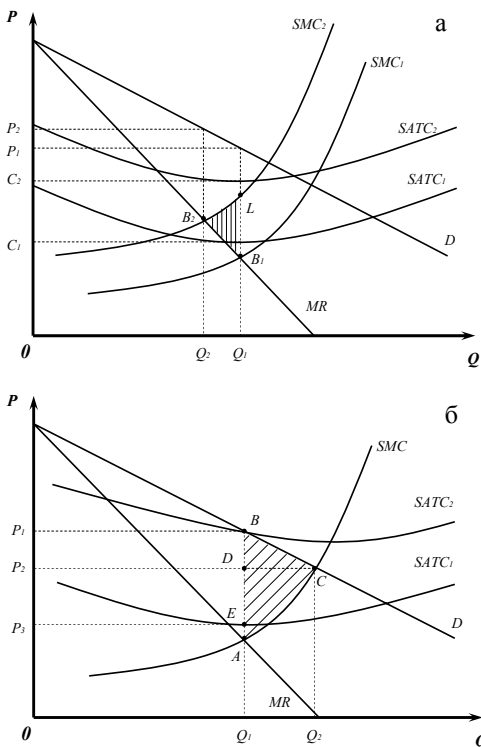


Рис. 1. Влияние различных способов налогообложения на поведение монополиста:
а – влияние потоварного налога;
б – влияние паушального налога)

Как же рассмотренные способы налогообложения могут применяться на практике?

Не препятствуя, а, зачастую содействуя монополизации какого-либо вида деятельности, государство изымает сверхприбыли монополиста посредством налогообложения. Причем с точки зрения эффективности паушальный налог более привлекательный, так как его применение, в отличие от потоварного, не несет таких негативных последствий, как дефицит продукции и рост цен. Также в случае паушальной схемы налогообложения государство может изъять практически всю прибыль монополиста,

что невозможно при потоварном. Но даже паушальный налог представляет собой явно оппортунистическое поведение государства как по отношению к монополисту, так и по отношению к потребителям.

Предположим, к монополии применен паушальный способ налогообложения. При величине налога, равном отрезку $E-V$ вся прибыль монополиста, выраженная площадью фигуры P^1-P^3-E-V является налоговыми выплатами, а его доход равен средним издержкам. Но если бы в отрасли существовала конкуренция между производителями, то равновесие было бы достигнуто в точке пересечения кривой средней выручки и предельных затрат C .

Таким образом государство, вследствие монополизации рынка получает не только излишек производителя P^2-P^3-E-D , но и излишек потребителей в размере площади прямоугольника P^1-P^2-D-B , которые оставались бы в распоряжении субъектов при конкурентных отношениях. Причем если налоговая нагрузка будет снижена, излишек потребителей перейдет к производителю в виде прибыли.

Но главная проблема заключается даже не в уменьшении излишка потребителей и монополиста – ведь он всего лишь перераспределяется и тут возникает вопрос полезности его для конкретного субъекта или бюджета страны. Основным недостатком от монополизации рынка является то, что независимо от способа налогообложения треугольник $A-B-C$, который еще называют треугольником Харберджера, все равно является безвозвратными потерями общества.

С целью увеличения налоговых поступлений в бюджет государство может являться инициатором монополизации различных рынков. Но даже если перераспределенные излишки субъектов имеют большую полезность для бюджета, неизбежным следствием монополизации будут безвозвратные потери общества. Именно эти потери делают вариант внедрения конкуренции, несомненно, более привлекательным с точки зрения общественной эффективности экономики.

Список литературы:

1. Якобсон Л.И. Государственный сектор экономики: экономическая теория и политика. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
2. Аткинсон Э.Б., Стиглиц Дж.Э. Лекции по экономической теории государственного сектора. – М.: Аспект Пресс, 1995.
3. Стиглиц Дж.Ю. Экономика государственного сектора. – М: Изд-во МГУ, ИНФРА-М, 1997.
4. Rosen H. Public Finance // 4th ed. Chicago et al., Ch. 5., 1995.
5. Золотогоров В.Г. Экономика: Энциклопедический словарь. – 2-е изд. – Мн.: Книжный Дом, 2004.

ВАЛЮТНЫЕ ОПЕРАЦИИ ПРИ «НЕТОРГОВЫХ» СДЕЛКАХ

© Молчанова О.В.^{*}, Яфизов Р.В.[♦]

Астраханский государственный технический университет,
Территориальное управление Росфиннадзора
в Астраханской области, г. Астрахань

Совершая валютные операции при наличии факта торговли услугами, необходимо обратить внимание на наличие работ и услуг «неторгового характера», проведение валютных операций при которых имеет свои определенные особенности.

Составной частью экономической политики государства является ее валютная политика. В настоящее время порядок совершения валютных операций в Российской Федерации регулируется нормами Федерального закона от 10.12.2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле», который был принят в целях либерализации валютного законодательства в Российской Федерации и совершенствования порядка совершения валютных операций.

Следует обратить внимание, что как требования Закона № 173-ФЗ, так и нормы нормативных актов Центрального банка России, изданные во исполнение положений рассматриваемого Закона, регулируют порядок совершения валютных операций по «внешнеторговым сделкам».

При рассмотрении порядка совершения валютных операций по контракту, заключенному между резидентом и нерезидентом на выполнение различных видов работ и оказание услуг, необходимо иметь в виду, что не все виды выполняемых работ и оказываемых услуг относятся к внешне-торговой деятельности. В этой связи, для определения правильности проведения валютной операции необходимо обращать внимание на нормы Федерального закона РФ от 08.12.2003 № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», в соответствии с п. 8 ст. 2 которого, под внешней торговлей услугами (работами) понимается оказание услуг (работ), включающее в себя производство, распределение, маркетинг и доставку услуг (работ), которые осуществляются способами, указанными в ст. 33 Федерального закона № 164-ФЗ.

Кроме определения возможности отнесения выполнения работ и оказания услуг к внешнеторговым, при наличии факта торговли услугами и

^{*} Профессор, заведующая кафедрой «Бухгалтерский учет, АХД и аудит», канд. экон. наук, доцент

[♦] Соискатель кафедры «Бухгалтерский учет, АХД и аудит»

работами, необходимо обратить внимание и на возможность наличия работ и услуг «неторгового характера». Данная необходимость вызвана особенностями совершения валютных операций при наличии «неторговых операций»: Паспорт сделки не оформляется, требования о репатриации не распространяются и т.д. Причиной наличия подобных особенностей является тот факт, что в данном случае, по мнению специалистов Центрального банка РФ, отсутствует торговля работами и услугами и соответственно «внешнеторговый договор».

По мнению А. Харатьяна: «на сегодня нормативного определения понятия «неторговые операции» или «неторговые платежи» не существует. На мой взгляд, под неторговыми платежами следует понимать платежи, осуществляемые гражданами или юридическими лицами, не связанные с предпринимательской или иной коммерческой деятельностью и не имеющие целью извлечение прибыли» [1].

Этого же мнения придерживается Е.А. Павлодский: «... Невозможно указать какой-либо критерий отнесения международных платежей к торговым или неторговым. Невнятность и непоследовательность такой позиции Центрального банка России очевидна. Под неторговыми платежами понимают платежи, осуществляемые гражданами или юридическими лицами, не связанные с осуществлением предпринимательской или иной коммерческой деятельности и не имеющие целью извлечение прибыли. Следует обратить внимание, что такие операции могут производиться не только между физическими лицами – резидентами и физическими лицами – нерезидентами, но и между физическими лицами – резидентами» [2].

В ранее действовавшем валютном законодательстве в той или иной мере был определен перечень «неторговых операций», который применялся резидентами при совершении валютных операций для определения необходимости наличия соответствующих разрешений.

Главное управление валютного регулирования и валютного контроля в письме ЦБ РФ от 01.02.1996 г. № 12-1-0-3/6369 сообщало, что исчерпывающего перечня неторговых операций в валютном законодательстве РФ нет, но примерный перечень валютных операций неторгового характера содержится в межправительственных соглашениях РФ с другими государствами, которым можно руководствоваться при отнесении платежей к неторговым. Кроме того, Банк России рекомендовал относить к неторговым платежам только те операции, которые были указаны в ранее действовавшем Законе РФ «О валютном регулировании и валютном контроле» от 09.10.1992 г. и в межправительственных соглашениях РФ с другими государствами.

Следует обратить внимание, что:

- в Информационном письме ЦБ РФ № 18 «Вопросы по применению Положения Банка России «О порядке проведения в Российской Фе-

дерации некоторых видов валютных операций и об учете и представлении отчетности по некоторым видам валютных операций» № 39 от 24.04.96» было определено, что переводы из Российской Федерации в качестве платы за обучение граждан одного государства в образовательных учреждениях другого государства, лечение граждан одного государства в лечебно-профилактических учреждениях другого государства являются переводами неторгового характера;

- согласно мнению Центрального банка РФ, изложенному в Информационном письме от 15.06.2005 г. № 32 «Обобщение практики применения нормативных актов Банка России по вопросам валютного регулирования и валютного контроля», адвокатская деятельность не является предпринимательской. В соответствии с положениями межправительственных соглашений о неторговых платежах, заключенных Российской Федерацией с рядом иностранных государств, плата за правовую помощь включена в перечень неторговых платежей. Валютные операции между юридическим лицом – резидентом и нерезидентом, при осуществлении расчетов за оказанные адвокатом-резидентом юридические услуги нерезиденту, в соответствии с заключенным договором можно классифицировать как неторговые операции, соответственно указанный договор нельзя квалифицировать как внешнеторговый и при оказании данного вида услуг Паспорт сделки не подлежит оформлению;
- информационным письмом от 06.03.2006 г. № 34 «Обобщение практики применения нормативных актов Банка России по вопросам валютного контроля применения Инструкции Банка России от 15.06.2004 № 117-И «О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам документов и информации при осуществлении валютных операций, порядке учета уполномоченными банками валютных операций и оформления паспортов сделок» ЦБ РФ определил, что перевод страховой компанией – резидентом страхового возмещения нерезиденту при наступлении страхового случая является «неторговой операцией».

В настоящее время оказание образовательных, медицинских, адвокатских и страховых услуг зачастую связано с предпринимательской деятельностью и предполагает собой получение прибыли, что дает возможность их отнесения к «операциям торгового характера». В связи с тем, что понятие «неторговые валютные операции» и перечень услуг, относящихся к неторговым ни валютным законодательством РФ, ни актами органов валютного регулирования, не установлены, создаются определенные проблемы при совершении валютных операций резидентами.

Учитывая переход образовательных, медицинских, адвокатских, страховых услуг на «предпринимательские рельсы», нельзя согласиться с мнением Центрального банка Российской Федерации об их отнесении к «неторговым операциям» и соответственно делать вывод о нераспространении ряда норм валютного законодательства России при оказании данных видов услуг.

Нельзя согласиться и с мнением Центрального банка Российской Федерации, изложенным в письме № 12-1-5\1219 от 01.06.2006 г. согласно которому при оплате аэронавигационных, аэропортовых и иных сборов по договорам на обслуживание иностранных воздушных судов требования гл. 3 Инструкции № 117-И не распространяются. Банк России сделал данный вывод на основании того, что в соответствии с законодательством Российской Федерации аэропортовые, аэронавигационные и прочие сборы с воздушных судов в аэропортах Российской Федерации являются регулируемыми сборами, размеры, порядок взимания и использования которых устанавливаются уполномоченными федеральными органами исполнительной власти. По мнению ЦБ РФ, валютные операции, связанные с уплатой нерезидентами этих сборов администрациям аэропортов Российской Федерации, можно классифицировать как неторговые операции, т.к. по своей сути указанные аэропортовые сборы являются устанавливаемыми государством обязательными платежами, взимание которых осуществляется администрациями аэропортов на основании нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. При этом Банк России не учитывает, что независимо от органа, устанавливающего размеры сборов, данные сборы связаны с предпринимательской деятельностью юридического лица и направлены не просто на покрытие расходов, но и на получение определенной прибыли.

Необоснованный вывоз капитала за рубеж имеет значительное влияние на экономику России, в связи с чем вопрос контроля за репатриацией средств по «неторговым операциям» является немаловажным при осуществлении контроля за «бегством капитала за рубеж». Учитывая, что действующее валютное законодательство Российской Федерации не предусматривает необходимости осуществления получения средств от нерезидента за услуги неторгового характера, оказанные ему в той или иной сфере деятельности, в частности при оказании образовательных, медицинских, адвокатских услуг, а также возврат иностранной валюты и валюты РФ, перечисленной нерезиденту резидентом в целях получения указанных услуг, при невыполнении нерезидентом своих обязательств, отнесение тех или иных услуг к «неторговым» имеет большое значение.

Отсутствие в валютном законодательстве и нормативных актах органов валютного регулирования понятия «неторговые операции» и установления в Законе «О валютном регулировании и валютном контроле» толь-

ко требования о необходимости осуществления резидентом репатриации денежных средств по «внешнеторговым договорам» свидетельствуют об отсутствии необходимости выполнения требования о репатриации юридическими и физическими лицами, занимающимися предпринимательской деятельностью в виде оказания образовательных, медицинских, адвокатских и иных видов услуг, отнесенных к «неторговым», что ставит их в более выгодное положение по сравнению с лицами, оказывающими другие услуги, и «сводит на нет» валютный контроль за вывозом и невозвратом капитала через данные лица.

Фактически отнесение той или иной операции к «неторговым» в настоящее время зависит от частного мнения специалиста Центрального банка Российской Федерации. Мнения Центрального банка России, изложенные в различных разъяснительных письмах, не могут носить нормативный характер и соответственно не могут быть приняты как акты органов валютного регулирования, что создает сомнения в правильности проведения операции как у самих участников валютных операций, так и у агентов и органов валютного контроля.

Полный перечень неторговых операций составить практически невозможно. Однако в законодательном порядке, либо путем принятия нормативного акта органа валютного регулирования было бы целесообразно дать легальное определение понятия «неторговая операция» и критерии отнесения операций к неторговым, что устранило бы все имеющиеся сомнения в правильности отнесения той или иной операции к «неторговой». Распространить необходимость репатриации денежных средств и на «неторговые» операции.

Список литературы:

1. Харатьян А. О понятии и видах валютных операций // Законодательство и экономика. – 1999. – № 9.
2. Павлодский Е.А. Кредитные организации в России: правовой аспект // Волтерс Клувер. – 2006.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКОМ ПОТЕРИ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

© Недоспасова В.В.*

Волгоградский Государственный Университет, г. Волгоград

Сегодня не подлежит сомнению, что деловая репутация (goodwill, «доброе имя») является существенным нематериальным активом лю-

* Аспирант кафедры «Финансов, кредита и налогообложения» 2 года обучения

бого предприятия. Однако для финансово-кредитных организаций наработанный «репутационный капитал» выходит по важности на первый план, поскольку в значительной мере определяет предпочтения клиентов и партнеров, обеспечивает прочность и эффективность деловых связей, а также финансовые показатели деятельности и рыночное благополучие банка. Необходимо отметить, что в свете минувших (не исключено, и будущих) банковских кризисов проблемы репутации для российских банков столь же актуальны.

Управление репутацией – это непрерывный процесс, основанный на квалифицированной оценке репутационных активов и рисков и включающий комплекс мероприятий по формированию и защите репутации, минимизации рисков ее потери. В настоящее время угроза потери репутации вышла на одно из первых мест в списке рисков, наиболее значимых для банковского бизнеса.

В настоящий момент риск потери репутации является наиболее актуальным и значительно превосходит рыночный и кредитный. В значительной степени это связано с тем, что многие банки все еще слабо представляют, как отслеживать риски потери репутации, не говоря уже об использовании надлежащих процедур по управлению ими. Репутационные проблемы банков только набирают обороты, поскольку при переходе международной банковской системы на функционирование в рамках единых рекомендаций Базельского соглашения более простые в оценке риски, такие как, например, рыночный и кредитный, по степени актуальности отходят на второй план. Пальма первенства переходит к стратегическому и деловому рискам, в которых не последнюю роль играет репутация [1].

Деловая репутация банка представляет собой объективно сформировавшуюся совокупность мнений о нем представителей заинтересованных сторон, так или иначе связанных с данной финансовой структурой (Центрального банка, банковского сообщества, акционеров, инвесторов, кредиторов, клиентов, сотрудников, представителей власти, аналитиков, СМИ и т.д.). То есть, деловая репутация банка – это динамическая характеристика поведения банка, формирующаяся в обществе в течение достаточно продолжительного периода времени [3].

Согласно Письму Банка России «О типичных банковских рисках» от 23 июня 2004 г. № 70-Т, риск потери деловой репутации – риск возникновения убытков в результате уменьшения числа клиентов (контрагентов) вследствие формирования в обществе негативного представления о финансовой отчетности кредитной организации, качестве оказываемых ею услуг или характере деятельности в целом [5].

В повседневной российской практике риск потери деловой репутации до сих пор остается одним из наиболее слабо изученных, а сложности с его анализом во многом объясняются тем, что он имеет преимущественно

качественные, сложно формализуемые характеристики, сама возможность трансформации которых в количественные показатели является предметом дискуссий [8].

Основная особенность риска потери деловой репутации заключается в том, что риск потери деловой репутации обладает уникально высокой степенью возможности трансформации в иные виды риска, что дает, мощный мультипликативный эффект, возникающий при сочетании роста уровня риска потери ликвидности, кредитного, рыночного, иных рисков с ростом уровня риска потери деловой репутации.

В общем, виде управление, риском потери деловой репутации, рассматривается, как правило, в качестве специфического вида деятельности, состоящего из последовательности определенных этапов:

- определение организационной структуры управления риском;
- выявление, мониторинг риска;
- оценка риска;
- минимизация риска;
- контроль уровня риска [7].

Разумную степень оперативности принятия управленческих решений при неукоснительном соблюдении требования их адекватности обеспечивает трехуровневая организационная структура: уровень стратегического управления (Совет директоров; различные комитеты банка, например, Комитет по управлению активами и пассивами; Правление; Служба внутреннего контроля), уровень тактического управления (член Правления, курирующего вопросы управления риском потери деловой репутации; служба, отвечающая за управления рисками), и оперативное управление обеспечивается бизнес-подразделениями банка [6].

Под идентификацией риска следует понимать процесс выявления признаков данного риска, определение его видов и факторов [2]. Риск потери деловой репутации идентифицируется путем сбора и анализа данных о факторах возникновения риска и особенностях их влияния на вероятность и величину возможных потерь. Информационная основа для таких оценок должна создаваться с участием всех подразделений банка (желательно – владельцев и иных связанных лиц), за исключением персонала, непосредственно не участвующего в банковской деятельности.

Существенной проблемой при идентификации риска, а значит и при его последующей оценке, является налаживание «обратной связи» (т.е. своевременного получения необходимых сведений) с руководством и теми структурными подразделениями банка, которые по роду своей деятельности влияют на репутацию организации, а с учетом необходимости сбора данных и по акционерам банка задача становится сложно выполнимой и возможности ее решения связаны с общей культурой риск-менеджмента в кредитной организации.

Таким образом, процесс выявления (идентификации) причин возникновения и форм проявления риска в каждом банке организуется индивидуально, обычно службой, отвечающей за управления рисками и обеспечивается бизнес-подразделениями банка. Данные, необходимые для мониторинга целесообразно разделить на три группы.

В числе групп показателей в обязательном порядке должны присутствовать:

- предельные уровни рисков, по достижении которых начинается их трансформация в риск потери деловой репутации, например, снижение на отчетную дату капитала банка в любой сумме, нарушение в течение отчетного периода обязательных нормативов более двух раз;
- сочетания различных рисков, при которых начинается их трансформация в риск потери деловой репутации, таких как, рост числа сотрудников, подавших заявления об увольнении с одновременным снижением прибыли банка;
- внешние признаки реализации значимых событий риска деловой репутации – перечень событий, свидетельствующих о том, что произошло значимое событие риска деловой репутации, требующее немедленного, максимально оперативного оповещения о нем высшего руководства банка, например, отказ крупного клиента от сотрудничества с банком, отказ от сотрудничества с банком 15 и более физических лиц в течение одного операционного дня.

В силу специфики данного вида риска, оценка риска деловой репутации, как и корреляция между возникновением рискового события и ущербом производится с использованием экспертных оценок вероятности возникновения, вида и суммы возможного убытка не только в текущем времени, но и с учетом долгосрочной перспективы [6]. При этом следует учитывать влияние индивидуальных особенностей восприятия риска различными экспертами на их оценку.

Важно отметить, что во многом благодаря проблемам в области анализа данного риска практически все потери от его реализации будут непредвиденными, ожидаемые потери прогнозируются с определенными допущениями преимущественно в отношении судебных издержек, штрафов и иных аналогичных выплат. При этом качество управления риском по фактам можно оценить по уровню убытков, которые стали для банка непредвиденными, тогда как в соответствии со сложившейся ситуацией их появление можно было бы прогнозировать с высокой вероятностью [8]. В целях соблюдения принципа существенности банк может определять уровень отсечения – минимальный уровень потерь, после которого они начинают фиксироваться.

Для выявления значимого для банка уровня риска потери деловой репутации и своевременного адекватного воздействия на него, в рамках мониторинга могут устанавливаться пороговые значения индикаторов риска. Мониторинг данных показателей основан на данных внутрибанковской отчетности, документов, определяющих меры воздействия к банку со стороны органов регулирования и надзора, средств массовой информации, сообщений, поступающих от бизнес-подразделений банка. Для исключения повторной реализации события, негативно повлиявшего на деловую репутацию банка, целесообразно проводить тщательный анализ, расследование произошедшей ситуации, по результатам которого высшим руководством банка принимается адекватное решение, обеспечивающее снижение величины потенциальных потерь.

В качестве основного инструмента минимизации риска потери деловой репутации принимается повышение эффективности управления иными видами рисков. Например, в качестве одного из наиболее эффективных инструментов минимизации операционного риска используется оптимизация организационной структуры, правового риска -противодействие легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем и финансированию терроризма, и мониторинга деловой репутации клиентов.

В качестве дополнительного направления минимизации риска потери деловой репутации бизнес-подразделения банка, в пределах своей компетенции, обеспечивают соответствие внутренних документов принципам информационных отношений с заинтересованными сторонами, определяемых каждым банком индивидуально.

Контроль системы управления риском потери деловой репутации обеспечивается службой внутреннего контроля банка. Результаты контроля представляются Совету директоров. Результаты в обязательном порядке должны содержать оценку уровня адекватности системы управления риском банковскому законодательству Российской Федерации, нормативным документам Банка России, международным принципам ведения банковского бизнеса, характеристикам отечественного финансового рынка, достигнутому уровню развития банка.

Список литературы:

1. http://www.franklin-grant.ru/ru/news2/data/news_01/2005_07/20050725J64402_ep.asp?mode=print
2. Банковские риски. Учебное пособие / Под ред. О.И. Лаврушина, Н.И. Валенцевой. – М.: Кнорус, 2007.
3. Важенина И.С. Деловая репутация банка: особенности формирования и управления // Репутационный капитал. – 2004. – № 7 (48).
4. Паперная И. Как заработать репутацию // Репутационный капитал. – 2004. – № 7 (48).

5. Письмо Банка России «О типичных банковских рисках» от 23 июня 2004 г. №70-Т
6. Письмо от 30 июня 2005 г. № 92-Т «Рекомендации по организации управления правовым риском и риском потери деловой репутации в кредитных организациях и банковских группах».
7. Рогов М.А. Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 120 с.
8. Розанова Е. Роль службы риск-менеджмента банка в процессе управления риском потери деловой репутации // Бухгалтерия и банки. – 2006. – № 2 (БД правовой информационной системы Консультант, раздел Бухгалтерия, пресса и книги).
9. Хенни ван Грюнинг, Соня Брайович Братанович. Анализ банковских рисков. – М.: Весь Мир, 2004.

АЛЬТЕРНАТИВА СПОСОБА ОЦЕНКИ РИСКОВ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ

© Пронская Н.С.*

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград

Возможность получить дополнительную прибыль или понести убытки в результате рискового мероприятия обусловили необходимость поиска способов определения размера риска, вероятности его материализации. Вопросу оценки риска в финансовой сфере уделяется достаточно внимания. Однако практическое применение теоретических рекомендаций оказывается часто невозможным или приобретает иное значение – это уже не оценка риска, а оценка вероятности наступления рискового события.

Новые экономические отношения по законам рынка обусловили повышенный интерес к теме оценки рисков в финансовой сфере, особенно – банковских рисков, так как в рыночной экономике предприниматель (банк) действует в условиях неопределенности. Его прибыль – есть величина переменная и случайная. При заключении хозяйственных сделок, договоров (кредитных, депозитных) предпринимателя интересуют две вещи: размер ожидаемой прибыли и величина ее возможных колебаний. Однако каждый финансист знает, что с ростом объема вложений растет и риск потерь, именно поэтому всегда выбирается вариант с малой вероятностью и небольшой величиной отклонения, для чего оценивается уровень воз-

* Доцент кафедры Корпоративных финансов и банковской деятельности, канд. экон. наук, доцент

можной прибыли и возможного риска. Исходя из этого, суть оценки банковского риска заключается в определении уровня опасности потенциально возможной, вероятной потери размещенных в активы денежных ресурсов или недополучения дохода по сравнению с вариантом, рассчитанным на рациональное использование ресурсов в консервативном виде банковской деятельности, например, покупка ценных бумаг.

Классики экономической теории в начале 20 века пришли к заключению, что риски, порождающие прибыль, или ведущие к потерям, преимущественно связаны с вероятностью ошибки в суждении, а следовательно, они не измеримы, поскольку слишком уникальны, чтобы их можно было классифицировать. «Если бы риск однозначно выражался в терминах шансов или теоретической вероятности, то за его принятие не полагалось бы никакого вознаграждения; сам факт риска никоим образом не мог бы оказать влияние на распределение дохода» [3].

На сегодняшний день научных рекомендаций о том, как следует определять вероятность исхода управленческих решений относительно рисков операций, нет. По словам российского профессора В.А. Швандара: «В отечественной экономической науке по существу отсутствуют общепризнанные теоретические положения о предпринимательском риске, методах оценки риска применительно к тем или иным производственным ситуациям и видам предпринимательской деятельности...» [5]. Эта ситуация отмечена и другими экономистами: «Управление рисками начинается с их модификации, признания и оценки. Чтобы управлять выявленным и признанным риском, необходимо верно его оценить. Единой общепринятой методики оценки банковских рисков, адекватно их оценивающей, пока нет» [4].

Обобщив материалы научных трудов, связанных с оценкой величины риска, мы обнаружили ряд закономерностей, характерных для точек зрения (позиций) разных ученых-экономистов. Например: ставя конкретно цель описать процесс оценки риска, В.А. Швандар излагает общие принципы анализа риска, перечисляет зоны риска, приводит кривые вероятности получения прибыли и риска, но не описывает, как математически оценить величину риска [5]. Соколов Ю.А. и Амосова Н.А. предлагают оценивать конкретные виды банковских рисков с использованием финансовых инструментов и их соотношения между собой, следуя требованиям Центрального банка по соблюдению экономических нормативов [4]. Глухов В.В. останавливается на оценке комплексного риска, для чего считает необходимым учитывать совокупность факторов, состав которых для каждого из оцениваемых событий специфичен и регламентируется инструкциями [1]. Фактически автор не излагает методику оценки риска, хотя констатирует, что рыночный риск оценивается максимально возможными потерями в стоимости финансового инструмента, и может быть выражен в

абсолютной и относительной величине. Гранатуров В.М. отмечает, что в процессе оценки риска чаще всего используют вероятностные расчеты, где наиболее распространенным является статистический метод и его главные инструменты: среднее значение, дисперсия, стандартное отклонение, коэффициент вариации и распределение вероятности. Он обращает внимание на факторы, оказывающие влияние на прибыль, например, производительность труда (но ведь может быть произведена продукция с использованием высокопроизводительного труда, которая не востребована и предприятие окажется с убытками) [3].

В своих трудах ученые приводят разные формулы подсчета риска: от самых простых у Ю.А. Соколова и Н.А. Амосовой, Л.Г. Батраковой – когда нужно сложить все имеющиеся риски, до чрезвычайно сложных у В.М. Гранатурова с использованием дифференциальных функций. Не приводя эти формулы, и не останавливаясь на технических деталях, отметим то общее, что присутствует в них, т.е. те значения, которые нужно подставлять в предлагаемые формулы, чтобы рассчитать риск:

- коэффициент риска, который может меняться от нуля до бесконечности;
- коэффициент риска страны, каждого отдельного заемщика, вида и продолжительности сделки, операции и т.д.;
- вероятность наступления рискового события;
- максимально возможные потери от каждого вида рисков при осуществлении сделки;
- бальная оценка каждого фактора в каждом виде риска;
- размер бальной шкалы, в пределах которой осуществляется оценка факторов, влияющих на результат сделки;
- количественная оценка каждого отдельного риска;
- степень допустимости каждого риска.

Авторы даже приводят условные цифровые примеры, однако, не указывают каким образом получены значения вышеперечисленных элементов предлагаемых ими формул. Имея данные по перечисленным и многим другим позициям, финансист без труда сможет провести математические расчеты. Но в том то и проблема, как узнать или получить эти данные, ведь риск связан с неопределенностью и вероятностью, которые на практике невозможно рассчитать математически. Даже теория вероятности оставляет шанс реализации даже ничтожной возможности той ситуации, которая противоположна основной массе событий.

Попытка разработки единой стандартной методики оценки риска в банковской деятельности сделана на уровне Центрального Банка России [7] через расчет размера риска на одного заемщика или группу связанных заемщиков. В инструкциях дается методика расчета обязательных нормативов, их предельного значения, а не оценки рисков. Например, в Поло-

жении ЦБ РФ «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам, ссудной и приравненной к ней задолженности» [6] сказано, что оценка кредитного риска производится на основании профессионального суждения по результатам анализа деятельности заемщика на основании информации о любых рисках заемщика. Финансовое положение заемщика может быть оценено как хорошее; не лучше, чем среднее; как плохое на основании ряда критериев, изложенных в Положении. Исходя из финансового положения заемщика и качества обслуживания долга, каждый кредит относится в одну из пяти категорий качества. В зависимости от категории коммерческие банки обязаны создавать резерв на возможные потери по ссудам (РВПС), который явиться источником покрытия потерь при невозврате кредита.

По сути, речь идет о классификации кредитов по определенному набору признаков, отражающих деятельность заемщика, и по профессиональному суждению сотрудника банка, которое в реальности может быть и часто фактически бывает субъективным, ориентированным на формирование РВПС в размере минимального процента, соответствующего данной категории качества кредита. Например, по кредиту IV категории качества РВПС создается в размере от 51 % до 100 %. Какой процент отчисления фактически будет взят для расчета – зависит от профессионального суждения сотрудника банка. Учитывая, что отчисления в РВПС являются расходами банка и снижают его прибыль, то качество кредитов на практике оценивается преимущественно по более мягким критериям, и соответственно, рассчитываются минимальные суммы РВПС.

В связи с этим у нас есть ряд критических замечаний в адрес названного Положения ЦБ РФ, и свои предложения, как альтернатива к оценке качества кредитного портфеля банков с целью снизить их кредитный риск:

- в соответствии с п. 1.7 ссуды классифицируются по категориям на основании профессионального суждения, но неизвестно, кто вправе его высказывать и насколько оно может быть объективным;
- процентные отчисления в РВПС колеблются в очень широком диапазоне, например, по кредитам III категории качества отчисления составляют от 21 % до 50 %, по IV категории качества – от 51 % до 100 % от суммы кредита, что позволяет банкам манипулировать огромными суммами средств с точки зрения величины расходов на формирование РВПС, объема прибыли и суммы налога на прибыль банка;
- такая «свобода» в определении качества ссуды, и соответственно, процента отчисления в РВПС создает благоприятные условия для искажения картины о фактическом качестве даже отдельной ссуды, тем более о качестве всего кредитного портфеля банка;

- отсутствует методика оценки качества всего кредитного портфеля банка, в связи с чем невозможно даже приблизительно определить уровень кредитного риска.

По нашему мнению, при всем многообразии работы по оценке уровня кредитных рисков, она должна включать в себя:

- а) подсчет размера подверженности риску. При его подсчете отдается предпочтение максимально реальному размеру ожидаемых убытков.
- б) определение вероятности реализации риска.
- в) величина ожидаемого риска математически может быть рассчитана путем умножения размера подверженности риску на вероятность реализации риска.

При разделении риска на категории, рассчитывается величина ожидания риска внутри каждой категории. Вновь обращаем внимание, что здесь присутствует вероятность и точно установить уровень риска чрезвычайно сложно, поэтому на практике банкиры предпочитают его завысить, если банк ведет осторожную кредитную политику, или занижить, если банк вынужден сокращать расходы, в том числе на создание резервов, чтобы формально показать банк финансово привлекательным. Эти приемы можно применить в качестве инструментов при оценке сумм возможных убытков и создания в связи с этим соответствующих резервов на возможные потери по кредитам. При оценке риска кредитной деятельности присутствует неопределенность, и практическим способом управления данной неопределенностью может быть анализ на чувствительность, производимый последовательно с использованием трех вариантов:

1. оптимистический вариант, описывающий наилучший разумный результат. Степень вероятности реализации риска невелика;
2. пессимистический вариант, описывающий наихудший разумный результат, когда у банка велика вероятность того, что клиент не выполнит свои обязательства и банк понесет убытки, кредит окажется невозвратным;
3. реалистический вариант, описывающий самый вероятный результат в соответствии с реально существующей ситуацией. Если для выполнения реалистического подхода не достаточно информации, то риск оценивается консервативным способом, т.е. следует остановиться на пессимистическом варианте и его результатах.

Таким образом, риск рассчитать математически точно невозможно. Если бы риск поддавался точной математической оценке и расчетам, то перестала бы существовать неопределенность и вероятность. Риск потому и имеет место во всех сферах человеческой жизнедеятельности, что его нельзя вычислить, в полной мере застраховаться от него, избежать или исключить. Мы не ставили целью предложить новую универсальную

формулу расчета и оценки величины риска, так как можно говорить только *об оценке уровня вероятности* материализации риска, который может быть умеренный, значительный или высокий. Следует подчеркнуть, что вероятность рискового события связана с уровнем риска, т.е. чем выше уровень риска, тем выше вероятность, что такое событие случится. Например, чаще оказывается невозвратным кредит с низким качеством. Поэтому альтернативой способа оценки риска в финансовой сфере является оценка уровня риска и оценка вероятности наступления рискового события, а не риска, как такового.

Список литературы:

1. Глухов В.В. Менеджмент. – СПб.: Питер, 2007. – 608 с.
2. Гранатуров В.М. Экономический риск.– М.: Дело и Сервис, 2002.– 158 с.
3. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль. – М.: Дело, 2003. – 360 с.
4. Соколов Ю.А. Система страхования банковских рисков. – М.: Элит, 2003. – 288 с.
5. Швандар В.А. Риски в экономике. – М.: ЮНИТИ, 2002. – 380 с.
6. Положение «О порядке формирования кредитными организациями резервов на возможные потери по ссудам и приравненной к ней задолженности» от 26.03.2004 г., № 254-П.
7. Инструкция ЦБР «Об обязательных нормативах банков» от 16.01.2004 г. № 110-И, в редакции от 20.03.2006, № 1672-У.

ВОЗМОЖНОСТЬ ВВЕДЕНИЯ КРЕДИТНОЙ АМНИСТИИ В РОССИИ

© Просалова В.С.*

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса, г. Владивосток

В представленной статье рассматривается возможность введения в России кредитной амнистии. В данном случае предлагается обратиться к опыту Республики Корея, в области амнистии по потребительским долгам в банковской сфере. В настоящее время отдельные российские банки стали использовать опыт Южной Кореи по амнистии должников. Тем не менее, на наш взгляд данное мероприятие должно проводиться регламентировано в масштабах страны, с уче-

* Старший преподаватель кафедры «Финансы и налоги», канд. экон. наук

том российского менталитета. Таким образом, вопрос кризиса потребительского кредитования в России остается не решенным и предложенные нами меры должны способствовать его разрешению.

Потребительское кредитование сейчас является одним из наиболее привлекательных направлений банковского бизнеса. После нескольких лет относительной макроэкономической стабильности и экономического роста в стране разворачивается бум потребительского кредитования. Банки, стремясь удовлетворить растущий спрос на заемные средства, начинают наращивать объемы кредитов, пренебрегая оценкой рисков и не слишком заботясь о качестве кредитных портфелей.

Однако потребительское кредитование в России остается единственным рынком финансовых продуктов, который регулируется в основном инструкциями Центрального банка РФ. Об этом свидетельствует отсутствие ряда основополагающих законов: «О потребительском кредитовании», «О личном банкротстве» и т.д.

Другой фактор, оказывающий существенное влияние на негативное состояние рынка потребительского кредитования – то, что россияне морально не готовы к идеологии «жизни в кредит». Люди, которые всю жизнь были ограничены в удовлетворении потребительских нужд, стремятся удовлетворить их сейчас, нежели думать о будущем. Россияне оказались психологически не готовы к финансовому планированию.

Для оценки состояния Российского рынка потребительского кредитования проанализируем ситуацию, которая складывалась в Республике Корея. После азиатского финансового кризиса 1997-1998 годов, когда обанкротилось 18 из 32 корейских банков, правительство решило поддержать экономический рост за счет искусственной стимуляции потребительского спроса. Людей призывали «жить в кредит», получателям кредитных карт предоставлялись налоговые льготы. В результате за четыре года корейцы набрали в долг у банков \$60 млрд., объем выданных населению страны ссуд превысил 50 % ВВП.

Корейская система кредитования была весьма демократичной. Она, например, предусматривала возможность «перекрестных поручительств», когда человек мог выступать поручителями у тех лиц, которые, в свою очередь, были поручителем у него. В результате невозвраты достигли 13 % от объемов кредитования. Это по официальной статистике, а некоторые называли цифру 30 %.

Первые признаки кризисной ситуации в российском потребительском кредитовании появились весной 2006 г. Начиная с этого периода качество кредитных портфелей российских банков постоянно ухудшается. Уровень невозвратов в общем объеме выданных кредитов стал увеличиваться с 5 % до 8-9 %. При этом необходимо учесть, что по неофициальным дан-

ным этот показатель достигает 20 %. Большинство российских банков на сегодняшний день указывают от 2 % до 6 % невозвратов. Однако такие крупные банки как «Home Credit & Finance Bank» указывают, что объем невозвратов составляет 22 % от общего объема выданных кредитов, «Русский стандарт» указал в отчетности 10 %. Между тем аналитики оценивают ситуацию иначе. Например, в агентстве «Рус-Рейтинг» считают, что реальный объем невозвратов в том же «Home Credit & Finance Bank» составляет 30 % от общего объема выданных кредитов.

Как показали, проведенные нами исследования, по 12 % кредитов в среднем по стране просрочка превысила более месяца, а еще по 9 % - превысила три месяца (при таком сроке долг считается уже безнадежным), а по каждому сотому кредиту заемщики вообще не внесли ни одного платежа. Таким образом, состояние российского рынка потребительского кредитования на сегодняшний день аналогично показателям в области потребительского кредитования в Республике Корея накануне финансового кризиса.

В данном случае, наиболее целесообразным представляется использование опыта Республики Корея, в области разрешения возможного наступления кризиса неплатежей по потребительским кредитам в России.

В конце 2007 г. в Республике Корея была введена система амнистии для тех, кто имеет небольшие долги перед банками. Под ними понимают людей, которые по тем или иным причинам не смогли выполнить перед банками свои долговые обязательства. В настоящий момент в Южной Корее действует система, согласно которой имя человека, который не смог в течение трех месяцев подряд выполнить свои обязательства по возвращению кредитов, вносится в отдельный список Федерации банков Кореи. Данная система аналогична российской кредитной информационной системе «Бюро кредитных историй», только включает более жесткие условия по отношению к должникам. Попав в такой список, человек потом не может получить новый заем, сделать кредитную карточку. Таких людей крайне неохотно берут на работу. В итоге финансовые должники становятся «финансовыми изгоями» и не могут вести экономическую деятельность. В итоге им приходится полагаться на частных кредиторов, которые дают деньги под очень высокие проценты. В результате долги только растут, создавая своеобразный замкнутый круг. Таким образом, данная ситуация превратилась в проблему государственного масштаба. В настоящее время количество таких должников составляет около 7 миллионов 700 тысяч человек.

Основная часть реформ в области кредитования в Республике Корея заключается в специальной амнистии: оказании помощи тем, чьи долги составляют относительно небольшую сумму – менее 5200 долларов. Таких должников насчитывается около 2 миллионов 400 тысяч человек. Эти

люди смогут снова принять участие в экономической деятельности страны.

Финансирование осуществляется из средств Корейской корпорации управления финансовыми активами, которая получит прибыль за счет возвращения долгов, а также средства из госбюджета. Данный пример возможной борьбы с кризисом невозврата потребительских кредитов очень ценен и может использоваться российскими банками.

Однако следует учитывать российские особенности потребительского кредитования. Кроме обычных граждан пожелавших получить кредит в разгар потребительского кредитования, данным моментом воспользовались и мошенники или люди, ведущие асоциальный образ жизни. Таким образом, при формировании критерий по кредитной амнистии следует определить, кто из граждан оказался в должниках, вследствие того, что не могли реально оценить свои финансовые возможности, а кто является мошенником.

В настоящее время отдельные российские банки стали использовать опыт Южной Кореи по амнистии должников: заемщики, имеющие просроченную задолженность по кредиту перед банком, могут погасить ее без штрафных санкций. Основным преимуществом этого нововведения является отсутствие дополнительных судебных издержек, необходимости привлекать дополнительных сотрудников или коллекторские агентства. Созданная служба возврата долгов работает очень хорошо, все равно все свои активы банк рано или поздно вернет, но только в таких случаях заемщику придется еще заплатить пошлину и другие издержки банка, а пени все это время будут увеличиваться. Банку тоже надо реструктурировать свой долг, чтобы продолжать свою деятельность, увеличивая оборачиваемость средств.

Однако надо понимать, что того эффекта, которого ожидает банк, в полной мере не будет. Дело в том, что природа невозвратов по кредитам кроется в низком уровне платежной дисциплины нашего населения.

По словам наблюдателей, на Западе после объявления кредитной амнистии банк получил бы стопроцентную отдачу. В России же объективно невозможен большой объем возвратов: в разгар потребительского кредитования деньги часто раздавали всем желающим. Сейчас, чтобы получить эффект, банкам советуют проводить мероприятия по повышению кредитной ответственности, например, выпускать соответствующую социальную рекламу от представителей банковского сообщества в целом. А самое главное – совершенствовать скоринговую систему, чтобы уменьшить риск выдачи кредита ненадежному клиенту. «Практика показывает: всего 20-30 % банковских долгов можно взыскать.

Специалисты отмечают, что кредитная амнистия вряд ли даст ощутимый результат – эффективнее акции устрашения.

Тем не менее, на наш взгляд данное мероприятие должно проводиться регламентировано в масштабах страны, с учетом российского менталитета. Возможен вариант реструктуризации долгов, аналогично проводимой Министерством по налогам и сборам. Таким образом, вопрос кризиса потребительского кредитования в России остается не решенным и предложенные нами меры должны способствовать его разрешению.

Список литературы:

1. Akerlof G. The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // Quarterly Journal of Economics. – 1970. – № 84.
2. Grossman S. and Stiglitz J. On the Impossibility of Informationally Efficient Markets // American Economic Review. – 1980. – № 70.
3. Spence M. Market Signaling. – Harvard University Press, 1974.

РЫНОЧНАЯ И ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТОИМОСТЬ БИЗНЕСА

© Субботин А.С.*

Сибирский Федеральный Университет, Институт экономики,
управления и природопользования, г. Красноярск

В статье рассматривается понятие оценки стоимости бизнеса, соотношение различных видов стоимости, а также соотношение стратегических вариантов использования бизнеса и величины стоимости активов собственника. При этом автором обосновывается необходимость расчета инвестиционной стоимости бизнеса собственника и потенциального инвестора для понимания процесса формирования и величины рыночной стоимости компании.

При рассмотрении вопросов оценки стоимости бизнеса необходимо, прежде всего, определить содержание термина «оценка стоимости бизнеса».

В соответствии с терминологией Стандартов по оценке бизнеса Американского Общества Оценщиков «Оценка бизнеса - акт или процесс подготовки заключения или определения стоимости предприятия или доли акционера в его капитале» [5].

В Международных стандартах оценки в разделе «Общие понятия, принципы оценки» бизнес определяется как «любая коммерческая, промышленная или инвестиционная организация или организация сферы ус-

* Ассистент кафедры Ценных бумаг и страхового дела

луг, занимающаяся экономической деятельностью», а также отмечается, что «бизнесы – это обычно предприятия ставящие целью получение прибыли и работающие для того, чтобы обеспечить потребителей продуктами и услугами» [3].

Все бизнесы и другие организации обозначаются собирательным термином «предприятия», который, таким образом, охватывает как организации, действующие ради получения прибыли их собственниками, и те, которые оказывают услуги публике и не могут руководствоваться исключительно мотивами получения прибыли.

Можно выделить следующие особенности бизнеса как товара [4]:

Во-первых, это товар, который используется для получения определенных доходов в будущем, в результате чего моменты несения затрат на товар и получения доходов от использования товара различаются не совпадают по времени, причем размер ожидаемого инвестором дохода заранее неизвестен и носит вероятностный характер, в результате чего инвестор должен учитывать риск неполучения доходов. Таким образом, стоимость бизнеса для инвестора представляет собой текущую стоимость будущих доходов, которые может получить собственник, с учетом стоимости капитала и риска получения доходов.

Во-вторых, бизнес является системой элементов, но при этом может быть реализован как система в целом, так и по отдельным подсистемам и элементам. В случае реализации системы по элементам собственник получает не стоимость предприятия в целом, а суммарную стоимость активов предприятия.

В-третьих, функционирование бизнеса зависит от организации процессов управления на предприятии, поскольку варианты управления совокупностью активов предприятия существенным образом влияют на результаты и эффективность деятельности предприятия, и, соответственно, величину получаемых собственником доходов. В результате чего, при оценке стоимости бизнеса необходимо учитывать качество управления предприятием.

В-четвертых, функционирование бизнеса является основой стабильности экономики и социальной сферы общества, в связи с чем возникает необходимость создания государственных стандартов оценки и государственного регулирования процесса оценки в определенных случаях, в том числе при оценке предприятий с долей участия государства.

В зависимости от цели проводимой оценки и от количества и подбора учитываемых факторов оценщик рассчитывает определенный вид стоимости объекта оценки, в том числе бизнеса.

В соответствии со ст. 3 Федерального закона РФ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» под рыночной стоимостью объекта оценки понимается наиболее вероятная цена, по которой данный объект

оценки может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величине цены сделки не отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства, то есть:

- одна из сторон сделки не обязана отчуждать объект оценки, а другая сторона не обязана принимать исполнение;
- стороны сделки хорошо осведомлены о предмете сделки и действуют в своих интересах;
- объект оценки представлен на открытом рынке посредством публичной оферты, типичной для аналогичных объектов оценки;
- цена сделки представляет собой разумное вознаграждение за объект оценки при условии отсутствия принуждения к совершению сделки всех участников сделки;
- платеж за объект оценки выражен в денежной форме.

В Стандартах по оценке бизнеса Американского общества оценщиков обоснованная рыночная стоимость определяется как цена, по которой совершается акт купли-продажи, когда обе стороны заинтересованы в сделке, действуют не по принуждению и обладают достаточно полной информацией [5].

Поскольку рыночная стоимость соответствует величине, по которой происходит добровольный переход права собственности на объект оценки (бизнес) от продавца к покупателю, для определения рыночной стоимости необходимо совпадение интересов собственника и потенциального покупателя бизнеса.

Собственник бизнеса может получить величину активов при различных вариантах использования бизнеса, каждой из которых соответствует определенный вид стоимости предприятия, характеризующий величину имеющихся активов:

1. собственник может продолжать контролировать предприятие и получать доходы от текущей деятельности, при этом величина имеющихся активов собственника будет соответствовать инвестиционной стоимости предприятия;
2. собственник может продать предприятие, при этом величина полученных взамен ликвидных активов будет соответствовать рыночной стоимости предприятия;
3. собственник может реализовать активы предприятия по частям, при этом величина полученных взамен ликвидных активов будет соответствовать ликвидационной стоимости предприятия.

Поскольку целью собственника бизнеса является максимизация благосостояния, в зависимости от соотношения инвестиционной ($Is0$), рыночной (Ms) и ликвидационной ($Ls0$) стоимости он может принять одно из следующих решений:

1. продолжать контролировать бизнес в случае, если $Is_0 \geq Ms, Ls_0$;
2. продать бизнес стороннему инвестору в случае, если $Ms \geq Is_0, Ls_0$;
3. распродать активы бизнеса в случае, если $Ls_0 \geq Is_0, Ms$.

Потенциальный инвестор может выбрать один из двух вариантов поведения в отношении оцениваемого объекта, каждому из которых соответствует определенный вид стоимости предприятия, характеризующий величину активов инвестора:

1. продолжать неконтролировать объект, при этом величина имеющихся ликвидных активов будет соответствовать рыночной стоимости предприятия;
2. приобрести объект, потратив при этом величину ликвидных активов, соответствующую рыночной стоимости предприятия, и получить активы, которые соответствуют инвестиционной стоимости предприятия.

Таким образом, потенциальный инвестор в зависимости от соотношения инвестиционной (Is_1) и рыночной (Ms) стоимости может принять одно из следующих решений:

1. продолжать неконтролировать бизнес в случае, если $Ms \geq Is_1$;
2. начать контролировать бизнес в случае, если $Is_1 \geq Ms$.

Учитывая изложенное, в условиях конкурентного рынка и при наличии у сторон всей информации сделка купли-продажи объекта оценки может быть совершена в случае, если рыночная стоимость удовлетворяет следующему неравенству:

$$Is_1 \geq Ms \geq Is_0, Ls_0 \quad (1)$$

Учитывая соотношение (1) необходимо еще раз определить сходства и различия рыночной и инвестиционной стоимости субъектов оценки. В классической базовой монографии американских авторов, занимающихся вопросами оценки и управления стоимостью, рыночная стоимость является безличной и не зависит от конкретных условия, пожеланий и возможностей потенциального инвестора. В то же время инвестиционная стоимость представляет собой специфическую стоимость вложений отдельного инвестора или инвесторов, основанную на индивидуальных предпочтениях, требованиях и возможностях данного конкретного инвестора [1].

Рыночная стоимость может еще называться «стоимостью на рынке». Инвестиционная стоимость – это специфическая стоимость объекта оценки, основанная на индивидуальных потребностях (требованиях) конкретного инвестора или группы инвесторов. Рыночная стоимость и инвестиционная стоимость отличаются по своей сущности (концептуально); стоимости, определенные на базе рыночной и инвестиционной стоимости,

могут совпадать и не совпадать в зависимости от различных обстоятельств [2].

Продолжая данное рассуждение, можно сказать, что оценка рыночной стоимости не предполагает существование каких-либо конкретных продавцов и покупателей. При определении рыночной стоимости, оценщик исходит из возможности заключения гипотетической сделки между продавцом и покупателем, которые обладают информацией, требованиями и мотивацией, которые являются типичными (обычными) для рынка оцениваемых активов. Для оценщика является существенным (важным) умение отличать обычные для рынка условия (наличие информации, перспективы, требования, мотивацию) и индивидуальные специфические условия, характерные для конкретного инвестора (инвестиционного плана), которые не влияют на рыночную стоимость объекта и определяют его инвестиционную стоимость.

Можно выделить целый ряд существенных причин (факторов), определяющих различие в величине рыночной и инвестиционной стоимости одного и того же объекта оценки (оцениваемого предприятия):

- различия в оценках величины будущих денежных потоков;
- различия в определении уровня рисков и факторов риска, присущих объекту оценки, и требуемой ставки доходности;
- различия в степени прогнозируемости и уровне финансовых издержек и налоговом статусе (налоговые льготы, ставки, база для налогообложения);
- синергетический эффект от сочетания с другими осуществляемыми операциями, инвестициями или вложениями в другие активы (акции других компаний) [1].

Понятие инвестиционной стоимости является не полностью отличным от понятия рыночной стоимости, поскольку именно за счет действия большого числа конкретных инвесторов постепенно достигается равновесие спроса и предложения и устанавливается равновесная рыночная цена, отражающая стоимость объекта для большинства инвесторов.

Таким образом, соотношение рыночной и инвестиционной стоимости (1) является идеальным, вместе с этим в процессе переговорного процесса оно может существенно изменяться в соответствии с позициями собственника и покупателя предприятия. Учитывая изложенное, представляется целесообразным рассчитывать инвестиционную стоимость бизнеса предприятия, которая позволит не только определить величину стоимости предприятия и факторы, влияющие на нее, но и смоделировать процесс проведения переговоров между определенным собственником и определенным инвестором, в результате которых и сформируется рыночная стоимость – т.е. стоимость, по которой будет осуществлен переход права собственности на предприятие.

Список литературы:

1. Pratt Sh., Reilly R., Schweih R. Valuing a Business: The Analysis and Appraisal of Closely Hold Companies., NY, US, McGraw Hill, 2000.
2. The Appraisal of Real Estate, 11th ed. (Chicago: Appraisal Institute, 1996).
3. Международные стандарты оценки / www.appraiser.ru.
4. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / А.Г. Грязнова, М.А. Федотова, М.А. Эскиндаров, Т.В. Тазикина, Е.Н. Иванова, О.Н. Щербакова. – М.: ИНТЕРРЕКЛАМА, 2003.
5. Стандарты по оценке бизнеса ASA / www.cfin.ru.
6. Федеральный закон РФ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» от 29 июля 1998 года №135-ФЗ.

ФИНАНСОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ДОХОДНАЯ КОНЦЕПЦИЯ РОСТА КАПИТАЛИЗАЦИИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

© Чернышкина Т.В.*

Комсомольский-на-Амуре государственный технический
университет, г. Комсомольск-на-Амуре

Анализируется понятие потенциала, применительно к высшим учебным заведениям, рассмотрена необходимость использования доходной концепции роста капитализации высших учебных заведений.

Вхождение России в европейское образовательное пространство наряду с социально-экономическими преобразованиями, сопряженное с развитием сектора негосударственных высших учебных заведений существенно усложняет функционирование вузов государственного сектора на рынке образовательных услуг. Обострится конкуренция на рынке образовательных услуг, что более актуализируется на фоне прогнозируемого демографического спада.

Задача любого учреждения высшего образования – это предоставление образовательных услуг, удовлетворяющих потребности общества в высококвалифицированных специалистах. Для того чтобы осуществлять вузы должны обладать определенным ресурсным потенциалом.

* Старший преподаватель кафедры Экономики и финансов

Рассмотрим, что понимается под ресурсным потенциалом. В современной экономической науке еще не сложился единый подход к данному понятию.

Основой для понятия «потенциал» является термин «потенция». Потенция – (potential) – скрытая возможность, способность, сила, могущая проявиться при известных условиях [7]. Советский энциклопедический словарь трактует данное понятие как «источник возможностей, средств, запаса, которые могут быть приведены в действие, использованы для решения какой-либо задачи или достижения определенной цели; возможности отдельного лица, общества, государства в определенной области» [3]. Русский толковый словарь трактует данное понятие как «совокупность средств, возможностей в какой-либо области» [6].

Проанализировав трактовку данного понятия, можно выделить нечто общее, как совокупность каких-либо способностей (возможностей) в какой-либо сфере, причем для осуществления данных способностей необходимы какие-либо ресурсы.

Таким образом, под потенциалом понимается либо способности, либо возможности, либо ресурсы. В рамках нашего исследования мы будем понимать совокупность ресурсов.

При стабилизации обстановки в России, по мере накопления потенциала предприятиями различных организационно-правовых форм, развития элементов рыночной инфраструктуры и повышения профессионализма отечественных предпринимателей можно говорить о необходимости разработки финансовых стратегий развития вузов, они обусловлены двойственным положением этих организаций на рынке образовательных услуг. Никто не снимал с них ответственность за социальные программы (обучение инвалидов и т.п.), которые явно убыточны в своей основе. Помощь государства в данном случае носит лишь краткосрочный характер, что лишает вузы необходимой финансовой гибкости.

Учтём, что образовательное учреждение функционирует в условиях жесточайшей конкуренции, включая конкуренцию со стороны негосударственных образовательных структур. Многие вузы, особенно региональные, способны лишь поддерживать свою материальную базу без её коренного развития – инвестиционных ресурсов для этого нет. В этих условиях долгосрочное финансовое планирование становится стержнем жизнеспособности вуза, гарантом роста его капитализации. Этому процессу противодействуют две взаимосвязанные силы. Первая – низкий уровень благосостояния студентов. Вторая – высокие темпы инфляции, которые разрушают саму основу стратегического финансового планирования. Да и отсутствие недорогих кредитных программ, с низкой процентной ставкой по образовательным ссудам, заставляет вузы «дробить» процесс финансового планирования своего развития.

Поиск решений финансовых проблем повышения конкурентоспособности высших учебных заведений, оценки текущего положения и потенциала становится наиболее важнейшей задачей развития. В числе наиболее острых вопросов оценка финансового потенциала занимает особое место, так как именно данная категория представляет собой обобщающую количественно-качественную характеристику наличия и использования финансовых ресурсов, которыми располагает вуз в настоящий момент времени и которые могут быть привлечены для достижения целей развития в будущем.

Высшие учебные заведения в современных условиях для обеспечения собственных устойчивых конкурентных преимуществ на национальном и мировом рынках должны участвовать в сетевом взаимодействии, основой которых становятся финансовые потоки. Методическим инструментом решения данной задачи может стать доходный подход, применяемый в финансовом менеджменте как способ оценки имущества.

Доходный подход широко используется для оценки величины стоимости предприятия. При этом основой данного подхода является метод дисконтирования денежных потоков и метод капитализации. Метод дисконтирования денежных потоков заключается в дисконтировании будущего чистого операционного дохода, получаемого от инвестиций в данный объект за ряд лет. Метод капитализации доходов (метод прямой капитализации) заключается в расчёте текущей стоимости будущих доходов, то есть преобразовании величины чистого дохода в оценку текущей стоимости. Это имеет особое значение для определения дохода, который может получить вуз от действующих и ожидаемых финансовых потоков, поэтому именно метод капитализации является более предпочтительным для оценки финансового потенциала высшего учебного заведения.

При этом следует учитывать и то, что капитализация предполагает преобразование всех факторов, имеющих сколько-нибудь существенное значение, в активы, оценку их не просто как имущества, а как капитала. Хотелось бы, чтобы и высшие учебные заведения научились применять данный метод в своей деятельности.

Применение метода капитализации дохода в рамках развития высших учебных заведений требует создания соответствующей информационной базы. Задача роста капитализации вуза должна стать приоритетной в стратегии развития высших учебных заведений.

Капитализация во многом определяет темпы экономического роста, благосостояние населения и рассматривается как важнейший фактор обеспечения и повышения конкурентоспособности высших учебных заведений. Что же мы будем понимать под термином «капитализация»?

«Капитализация – это перевод потенциала в рыночный результат. ... В совокупной капитализации принимают участие сотни факторов – от недр

и инфраструктуры до культуры, качества образования, здравоохранения и услуг государства ...» [8].

Единого толкования содержания данного понятия в экономической науке пока не существует. В «Большом экономическом словаре» капитализация определяется как: 1) превращение прибавочной стоимости в капитал; 2) исчисление ценности имущества по приносимому им доходу; 3) превращение дохода в капитал, т.е. использование дохода на расширение дела; 4) отнесение издержек на прирост капитальных активов, а не на расходы отчётного периода [1]. В глоссарии, созданном для освещения современных проблем геополитики, геоэкономики и геокультуры, под термином «капитализация» понимается превращение бездоходных ценностей в оборотный капитал [2].

Таким образом, под капитализацией понимается деятельность по вовлечению в оборот капитала новых ресурсов, или как стоимостное выражение капитала как непрерывно меняющейся величины.

Для российской экономики концептуальное обоснование капитализации выступает основой решения таких важных практических вопросов как преодоление существенной недооценённости российских компаний, реальная оценка их стоимости, вхождение в мировую экономику в соответствии с международными критериями эффективности [4].

Закономерным является и появление новых понятий, имеющих уточняющий характер, например, таких как «уровень капитализации» – количественное выражение готовности территории взять (и соответственно, готовности инвестора дать) инвестиции [1].

Таким образом, для использования доходного подхода к оценке финансового потенциала высшего учебного заведения есть необходимость определения количественных и качественных показателей функционирования субъектов капитализации.

Капитализация – интегральный рыночный оценочный показатель, характеризующий инвестиционную привлекательность и подтверждающий кредитоспособность организации.

Показатель капитализации строится с учётом не только внутренних характеристик хозяйствующего субъекта, но и характеристик внешней среды, таких как ограниченного числа абитуриентов одного региона, темпа инфляции, величины банковского процента по образовательным ссудам. Рост капитализации решает не только задачи финансирования образовательной деятельности высших учебных заведений, но и становится источником формирования «новых сбережений» населения в виде приносящих доход полученных знаний и умений. Поэтому реализация субъектных отношений процесса капитализации не происходит автоматически, а связана с наличием развитых институциональных механизмов, обеспечи-

вающих эффективное саморегулирование хозяйственных процессов рыночного типа.

Список литературы:

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. – М.: Институт новой экономики, 1999. – С. 332.
2. Глоссарий. [Электронный ресурс] – <http://www.archipelag.ru/>.
3. Лопатин В.А., Лопатина Л.Е.. Русский толковый словарь. – Изд. 7-е, испр. и доп. – М.: Русский язык, 2001. – С. 518.
4. Малова Т.А. Капитализация в условиях российской экономики: Теоретические и практические аспекты. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – С. 5-6.
5. Поляк Г.Б. Территориальные финансы: учебное пособие. – М.: Вузовский учебник, 2003.
6. Советский энциклопедический словарь / Под ред. А.М. Порохова. – М.: Советская энциклопедия, 1978. – С. 1046.
7. Современный словарь иностранных слов. – М.: Русский язык, 1999. – С. 485.
8. Хлопонин А. Капитализацию России нужно увеличить в разы // Российское экспертное обозрение. [Электронный ресурс] – <http://www.csr-nw.ru/>.

Секция 17

***ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ
И УПРАВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ,
ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ***

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ

© Авдони́на О.Ю.^{*}, Лысенко О.В.[♦]

Уфимский государственный авиационный технический
университет, г. Уфа

В связи с динамичным развитием экономики России и коммерческого сектора бизнеса в частности, необходимы финансовые ресурсы. Даже для организации семейного бизнеса нужен стартовый капитал. Но прежде проводится первичная оценка рентабельности будущего бизнеса. Однако на пути к интеграции предприятий встаёт вопрос о том, какой удельный вес приобретет та или иная компания в новом статусе. Существует множество форм интеграции предприятий: вертикальная и горизонтальная. Наиболее эффективной (как показывает практика мировых компаний) формой вертикальной интеграции являются холдинги. Именно эта структура позволяет компаниям контролировать весь производственный цикл от стадии поставки сырья в переработку и до поставки готовой продукции потребителю. Сегодня большинство российских холдингов построено на принципах стратегического планирования, а часто и на более жестких формах контроля, таких, как стратегическое программирование и централизованное управление. Проводимые в отечественных холдингах реформы системы управления вынуждают управляющие компании пересматривать свой стиль управления.

Сложившаяся ситуация диктует необходимость внедрения в экономическую практику методов, позволяющих проанализировать и осуществить инновационные программы регионального уровня. Для этого рассмотрим поэтапный план реорганизации инновационно-промышленных холдингов. Но нельзя забывать о финансовых показателях. Наиболее объективно произвести расчеты позволяет эффект синергии. В практическом плане синергический подход позволяет использовать эффективные методики решения многих актуальных задач в области оптимального управления хозяйственными структурами.

Разработка прикладной методики оценки эффекта синергии для определения результативности интеграционных объединений связана с тем, что нет универсальной методики, позволяющей дать 100 % гарантию в любой ситуации. Таким образом, рассмотрим данную ситуацию на при-

^{*} Доцент кафедры Экономики предпринимательства, канд. экон. наук

[♦] Ассистент кафедры Экономики предпринимательства, магистр экономики

мере инновационно-промышленных холдингов при поэтапном их формировании (табл. 1).

Таблица 1

Основные этапы формирования инновационно-промышленных холдингов

№ этапа	Условная ситуация	Виды эффекта синергии пути оценки
1	Оценка инновационного потенциала предприятия и определение адекватных инновационных целей	Операционная синергия, а также первичный анализ прямой выгоды при использовании элементов бизнес-плана
2	Установление стратегического партнерства с научно-исследовательской или конструкторской организацией в рамках интеграции или создание собственного инновационного подразделения	Возможность для проявления инвестиционной синергии в связи с установлением новой структуры управления, как определение сильных и слабых сторон Swot-анализа
3	Выработка научно-технических решений по достижению инновационной цели	Рост производительности за счет слияния, сокращение логистических затрат, а также на фоне сокращения конкурентной борьбы
4	Формирование инновационной политики и разработка инновационных проектов	Снижение делового риска и диверсификация клиентских сегментов
5	Объединение инновационных проектов в инновационную программу	Финансовая синергия, т.к. идет изменение источников финансирования, определение приоритетных направлений
6	Проведение организационно-структурных изменений	Рост кредитоспособности и облегчение доступа к капиталу в связи с увеличением уставного капитала новой компании
7	Разработка корпоративной стратегии на основе инновационного подхода	Потенциальная синергия внутри самой организации. Оценка возможностей трудового, ресурсного и финансового потенциала интегрированного предприятия

После того как будет определен тип интеграционного процесса, можно переходить к оценке синергетического эффекта. Также необходимо определить для какого именно предприятия: крупного или малого, вновь открываемого или действующего, будет проводиться анализ. Исходя из этих параметров, выбирается метод для оценки синергетического эффекта.

Как наиболее перспективные выделяем три основные методики:

1. Оценка синергизма по методу Ансоффа;
2. Оценка синергизма с позиции инвестора;
3. Оценка синергизма экономико-математическим методом.

Первая методика Ансоффа предполагает оценку синергизма на основе матрицы парных сравнений. Недостатком является то, что вероятность погрешности при определении конечного результата достаточно велика. Это связано с распределением баллов по стратегическим зонам хозяйствования (подразделения, отдельные малые предприятия). Но в целом, если

рассматривать небольшие частые компании, которые работают на внутреннем рынке отдельно взятой экономической зоне (региональный, национальный и другие, без выхода на мировой рынок) данный метод достаточно действенен в случаях перехода к производству новой продукции.

Вторая методика, как видно из названия, основывается на принципе капитальных вложений в разработку новой компании начиная с нуля. В данном случае необходимо достаточно точно знать какой объем инвестиций пойдет на разработку товара, на инструментальную оснастку, парк машинного оборудования, оборотные фонды и т.д. В этой связи возникает необходимость изначально делать несколько сценариев расчетов для возможных ситуаций на рынке. Т.о. при расчете синергетического эффекта с позиции инвестора высока доля затрат по времени и нет достаточно точного конечного результата.

Рассматривая выше представленные методы оценки синергетического эффекта необходимо отметить, что они могут использоваться в определенной ситуации. Использование экономико-математического метода оценки синергизма позволит, частично, решить данную проблему предыдущих методов. Создание и функционирование интегрированной структуры имеет смысл, прежде всего при получении реального эффекта от объединения. Именно с этой точки зрения, интегрированные промышленные объединения (ИПО) представляют интерес как объекты эффективного объединения и дальнейшего функционирования.

При взаимодействии нескольких объектов в рамках новой экономической структуры ИПО, которая обладает эмерджентными свойствами, возникает синергетический эффект, обеспечивающий превышение эффекта совместного функционирования объектов над суммой эффектов их автономной деятельности:

$$\mathcal{E}_{m_1} + \mathcal{E}_{m_2} + \dots + \mathcal{E}_{m_n} + \mathcal{E}_{io} < \mathcal{E}^{ИПО} \quad (1)$$

где $\mathcal{E}_{m_1} \dots \mathcal{E}_{m_n}$, $\mathcal{E}_{io}$ – эффекты автономного функционирования промышленных предприятий и организации, осуществляющей инновационную деятельность;

$\mathcal{E}^{ИПО}$ – эффект от их совместной деятельности.

Величина синергетического эффекта:

$$S^{\mathcal{E}} = \mathcal{E}^{ИПО} - (\mathcal{E}_{m_1} + \mathcal{E}_{m_2} + \dots + \mathcal{E}_{m_n} + \mathcal{E}_{io}) \quad (2)$$

При этом, чем больше синергический эффект $S^{\mathcal{E}} > 0$, тем глубже процесс экономического взаимодействия и тем устойчивее союз рассматриваемых экономических объектов; чем меньше величина $S^{\mathcal{E}} > 0$, тем меньше этот эффект и неустойчивее новообразованная структура; при $S^{\mathcal{E}} < 0$

экономическое взаимодействие отсутствует, и объединение объектов быстро распадается.

Данный метод эффективен для оценки синергетического эффекта на крупных производствах. В тех случаях когда от точности расчетов основных факторов (эффект масштаба, сбытовая политика, управление кадрами, ресурсами и т.д.) будет зависеть успех интеграция предприятия. Недостатком данного метода является учет большого числа переменных (факторов), не всегда удаётся выявить наиболее существенные. Это, в свою очередь, автоматически ведет к появлению ошибки при расчетах.

Однако необходимо отметить тот факт, что все эти методики будут объективно результативны при условии максимально достоверных исходных данных.

Используя приведенную экономико-математическую методику оценки синергетического эффекта адаптированную к оценке интеграции холдингов можно существенно повысить эффективность работы компании в целом и найти резервы для дочерних подразделений. Это позволит поднять уровень производства на предприятиях машиностроительного комплекса, а также контроль за расходом финансовых средств.

Список литературы:

1. Стратегический синергизм, 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 416с. (серия «теория и практика менеджмента»).
2. Булгакова Л.Н. Методы оценки нормы прибыли при финансировании инновационных проектов // Финансы и кредит. – 2004. – С. 7-14.
3. Лысенко О.В. Применение методики оценки синергетического эффекта для определения эффективности образования интегрированных промышленных объединений, на правах рукописи. – Екатеринбург, 2006.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ В МОЛОЧНОМ ПОДКОМПЛЕКСЕ АПК

© Байгушкина А.В.*

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева,
г. Саранск

Определены современные проблемы использования ресурсов в молочном подкомплексе АПК. Выявлены направления повышения эффективности использования ресурсов.

* Экономист, соискатель

Молочный подкомплекс АПК представляет собой интегрированную систему технологически и экономически взаимосвязанных отраслей животноводства, молочной промышленности, полевого, пастбищного кормопроизводства, комбикормовой и микробиологической промышленности, машиностроения для указанных отраслей, торговли общепита, а также других отраслей и предприятий АПК.

В составе молочного подкомплекса на локальном уровне производства можно выделить молочное скотоводство и молочную промышленность как комплексобразующие отрасли. Молочное скотоводство – одна из основных отраслей животноводства, которая несмотря на негативные тенденции, связанные со значительным сокращением поголовья дойного стада, продолжает динамично развиваться.

Одним из основных направлений повышения эффективности использования ресурсов в производстве и переработке молока является объединение экономических интересов сельскохозяйственных товаропроизводителей и организаций перерабатывающей промышленности. За время аграрной реформы эти интересы стали зачастую противоречить друг другу, что связано с нарушением эквивалентности межотраслевого обмена и с допущенными ошибками в ходе реформирования.

Цены на промышленную продукцию, которая используется в сельскохозяйственном производстве, растут более быстрыми темпами, чем цены на молоко. Отсутствие равного и справедливого обмена на промышленные товары приводит к росту кредиторской задолженности хозяйств, а зачастую и к их разорению. Если в сельском хозяйстве сегодня между товаропроизводителями существует конкуренция, то первая и третья сферы АПК стремятся к состоянию олигополии или монополии, а значит имеют возможность контролировать цены.

Удовлетворить высокие требования переработчиков по качеству сырья возможно только на базе использования новейших технологий. Приобрести современное оборудование для доения и охлаждения молока сельхозтоваропроизводители зачастую не могут, поэтому данную проблему успешно решают перерабатывающие предприятия.

Большой проблемой, которая связана с равномерностью загрузки производственных мощностей перерабатывающей организации в течение года, является сезонность поставок сырья. Наибольшее количество молока на переработку поступает в летние месяцы, особенно в июне и в июле, наименьшее – зимой. Поэтому одна из важных задач – снижение сезонности в производстве и закупках молока, что достигается за счет полноценного кормления в течение года, установление оптимального графика осеменения и отелов.

Установлено, что перспективным направлением организации молочного скотоводства является беспривязно – боксовое содержание коров с од-

нотипным нормированным кормлением животных различных технологических групп консервированными кормами в виде полнорационных кормосмесей при свободном к ним доступе. При этом развитие кормовой базы должно идти опережающими темпами с точными расчетами потребностей в дешевых грубых, сочных концентрированных кормах по каждому хозяйству.

В связи с этим для интенсификации производства кормов, повышения их выхода и качества необходимо:

- модернизировать сортовое семеноводство однолетних и многолетних кормовых культур в соответствии с технологическим циклом их возделывания;
- усовершенствовать структуру кормового поля за счет увеличения посевов кормовых культур, богатых кормовым белком (соя, горох, кормовые бобы), расширения видового и сортового состава многолетних бобовых культур (клевер, люцерна, эспорцет и др.), улучшение набора однолетних трав (суданская трава, однолетний донник, тритикале и др.);
- совершенствовать кормовые севообороты с учетом содержания и кормления животных;
- определить оптимальные площади возделывания фуражного зерна (озимые зерновые, тритикале, кормовой ячмень, кукуруза, бобовые культуры);
- разработать и внедрить ресурсосберегающие технологии выращивания кормов с использованием бактериально-органических удобрений, запашки соломы всех культур в зернофуражных севооборотах, передовых методов заготовки кормов в оптимальные сроки (в том числе трав в стадии бутонизации, а не цветения), их хранения (консерванты, укрывные материалы, хранение сена в рулонах, заготовка силоса в стадии восковой спелости кукурузных початков и т.п.).

Решить проблему качества кормов возможно только за счет новых технологий их производства и заготовки. Так новая уборочная техника Ягуар фирмы КЛАСС позволяет заготавливать корма высокого качества за счет интенсивного дробления зерна и измельчения силоса. Этим достигается необходимая концентрация энергии к корме, и он оптимально усваивается животными. Использование новой техники позволяет перевести дойное стадо на однотипное кормление, которое подразумевает круглогодичный однотипный рацион, обогащенный необходимыми микроэлементами.

Другое важное направление поддержки сельскохозяйственных производителей молока – помощь в обновлении дойного стада за счет использования для его воспроизводства лучших пород, разводимых в мире. В

настоящее время одной из высокопродуктивных молочных пород мирового генофонда является голштино-фризский скот. Эти животные в условиях полноценного кормления способны высоко оплачивать корм продукцией и наиболее приспособлены к индустриальной технологии производства.

В СССР система крупномасштабной селекции (составляющие – идентификация животных и подтверждение происхождения генетическими методами; независимый контроль индивидуальной продуктивности; сбор данных продуктивности и экстерьерной оценки и их централизованный анализ; подбор пар, отбор производителей, комплектование племенных станций, оценка быков по качеству потомства; организация повсеместного искусственного осеменения улучшателями) была достаточно неплохо отработана в отдельных звеньях. Но в настоящее время все это находится в неудовлетворительном состоянии. Средства на племподдержку распределяются по предприятиям без учета системы ведения племенного дела.

Среди основных задач в развитии молочного подкомплекса остро стоит проблема повышения качества молока – сырья. По данным Международной молочной федерации, качественные показатели сырого молока, производимого в России, одни из самых низких в мире, прежде всего по высокой микробной загрязненности. Низкое качество сырого молока, производимого в России, определяет короткий срок его сохранности (3-5 дней). Решение указанной проблемы лежит в плоскости внедрения инновационных технологий с использованием современного оборудования, которое позволит приблизить качество продуктов к европейским и мировым стандартам.

Для стабилизации положения дел в молочном скотоводстве были приняты меры государственной поддержки, ключевыми среди них стало принятие приоритетного национального проекта «Развитие АПК». Национальным проектом предусматривается за два года увеличить производство молока на 4,5 % при стабилизации поголовья крупного рогатого скота, в том числе коров.

Для подъема и устойчивого развития молочного подкомплекса страны, обеспечения населения молоком и молочными продуктами в соответствии с рекомендуемыми нормами потребления необходимо реализовать все положения приоритетного национального проекта «Развитие АПК» в сфере развития животноводства.

Федеральным законом № 264-ФЗ от 29 декабря 2006 года «О развитии сельского хозяйства» предусмотрена государственная поддержка в сфере производства продукции животноводства. В рамках этого закона разрабатывается государственная пятилетняя программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья

и продовольствия, где вопросы развития сырьевой базы должны найти достойное отражение.

Национальный проект «Развитие АПК», а еще точнее программа «Ускоренное развитие животноводства» – это важный этап в процессе реформирования молочного животноводства. Положительными итогами его реализации являются: перемещение производства молока на крупные современные мегакомплексы; увеличение доли качественного молока примерно на 8-10 % в общем объеме, поступающем на переработку; устранение сезонности в производстве молока; рост продуктивности коров.

Важную роль в системе государственного регулирования продовольственного рынка отводится дотационным и компенсационным выплатам, дотационная поддержка осуществляется за счет средств как федерального бюджета, так и региональных бюджетов субъектов России. Из федерального бюджета выделяются дотации на племенную работу, компенсируется часть затрат, связанных с удорожанием промышленной продукции и услуг.

Из бюджетов субъектов Федерации, как правило, дотируется животноводческая продукция. Дотации и компенсации, выплачиваемые через местные бюджеты, нацелены на сокращение убытков и недопущение дальнейшего падения производства, но они никак не стимулируют эффективное использование природно-экономического потенциала региона. Получается так, что хозяйства, в которых менее эффективно используют ресурсы, обычно получают дотации в больших объемах и наоборот. Это отнюдь не способствует экономической заинтересованности и наращиванию производства и снижению затрат.

Таким образом, технологическая и экономическая взаимосвязь молочного скотоводства и молочной промышленности выступает одним из важных факторов, способствующих усилению интеграционных процессов между сельхозтоваропроизводителями и переработчиками сырья. Равная заинтересованность партнеров молочного подкомплекса в успехах друг друга позволяет перераспределять необходимые ресурсы с целью их эффективного использования для получения максимального количества молока и молочной продукции высокого качества.

Список литературы:

1. Артемьева Е.С. Совершенствование экономического механизма интегрированных связей в молочном подкомплексе // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2006. – № 3. – С. 37-39.
2. Серегин С.Н. Развитие молочного подкомплекса России // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2007. – № 9. – С. 63-65.

3. О стратегии развития молочного животноводства России // Молочная промышленность. – 2008. – № 1. – С. 25-29.

ГУДВИЛЛ И МЕТОДЫ ЕГО ОЦЕНКИ

© Бандура А.В.*

Государственный университет Высшей Школы Экономики
Пермский филиал, г. Пермь

В статье рассматриваются основополагающие характеристики гудвилла, а также анализируется соотношение гудвилла и нематериальных активов компании. Обобщаются наиболее распространенные методы оценки гудвилла, выделяются условия их применения и недостатки.

В условиях рыночной экономики одной из основных целей динамично развивающегося предприятия становится повышение стоимости бизнеса. В значительной степени высокая стоимость компании определяется деловой репутацией, которая воздействует на многие сферы бизнеса. Указанная категория активов в международной практике получила название гудвилл. По расчетам консалтингового агентства Brand Finance доля гудвилла в активах предприятий различных стран колеблется от 45 до 76 % [1]. Таким образом, наличие у компании гудвилла, способного генерировать дополнительный доход, существенно повышает стоимость ее активов.

Анализ научной литературы, посвященной исследованию гудвилла, показал, что существует несколько точек зрения относительно сущности данного понятия. Отечественные авторы либо полагают, что гудвилл является разновидностью нематериальных активов предприятия (НМА) [2, 3], либо отождествляют данные понятия [4]. Между тем, с точки зрения Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) гудвилл, является отдельной категорией активов предприятия.

Различия в определении понятия «гудвилл» приводят к возникновению сложностей в процессе оценки данной категории активов. Ключевая проблема оценки гудвилла, по мнению автора статьи, заключается в выделении доли доходов предприятия, создаваемых элементами гудвилла. Различные авторы предлагают алгоритмы оценки, позволяющие преодолеть данный барьер. Однако зачастую в основе существующих методов лежат предпосылки, противоречащие основополагающим характеристикам гудвилла.

* Студент

Таким образом, автор статьи предлагает обозначить следующие основные проблемы, возникающие в процессе идентификации гудвилла и его оценки:

- разграничение понятий «гудвилл» и «нематериальные активы»;
- выделение методик оценки, которые не противоречат основополагающим характеристикам гудвилла и позволяют определить обособленную стоимость гудвилла.

Таблица 3

Анализ понятия «гудвилл»

	Наименование признака	Содержание признака	Наличие данного признака у понятия гудвилл
Признаки актива	Существует высокая вероятность того, что в будущем компания получит экономические выгоды от использования актива.		Способен повышать стоимость бизнеса.
	Стоимость актива может быть надежно оценена.		Существуют методики, позволяющие оценить гудвилл.
Признаки нематериального актива (НМА)	Возможность идентификации.	– Возможность физически отделить НМА от иных активов организации; – Способность выступать самостоятельным объектом сделок; – Возможность точно определить приходящиеся на данный НМА будущие экономические выгоды.	«Гудвилл не отделим от бизнеса, стоимость которого он увеличивает, и существует лишь при условии существования данного бизнеса» [8], таким образом, не может выступать самостоятельным объектом сделок
	Подконтрольность компании.	Способность компании обеспечить поступление будущих экономических выгод от использования актива именно к ней: – наличие юридических прав на актив; – ограничение доступа третьих лиц к указанным выгодам.	Юридические права на гудвилл документально не подтверждены.
	Способность приносить экономические выгоды.	Экономические выгоды могут заключаться в увеличении поступлений, сокращении расходов и др. Оценка актива производится на основе профессионального суждения руководства компании.	Способен приносить экономические выгоды.

На основе анализа понятия «гудвилл» (табл. 1) и обобщения результатов зарубежных исследований [5, 6], посвященных изучению природы гудвилла, автором был выделен ряд характеристик, позволяющих разграничить данную категорию активов предприятия и НМА:

- невозможность достоверной оценки ожидаемых денежных потоков от гудвилла на этапе его формирования;
- быстрое обесценение в случае отрицательного воздействия конкурирующих предприятий;
- неспособность выступать самостоятельным объектом сделок.

Таким образом, понятие «гудвилл» было определено как категория активов предприятия, позволяющих получать в будущем прибыль, превышающую нормальный уровень для данной отрасли, которые невозможно индивидуально идентифицировать и признать по отдельности.

На основе обобщения зарубежного опыта оценки [6, 7] автором были выделены наиболее часто применяемые методы оценки гудвилла:

- метод рыночной капитализации;
- метод роялти;
- метод сравнительных мультипликаторов;
- метод капитализации денежного потока;
- метод дисконтирования денежных потоков.

Итак, *метод оценки гудвилла на основе рыночной капитализации* предполагает определение совокупной рыночной стоимости собственного и заемного капитала компании (суммирование рыночной капитализации и рыночной стоимости обязательств компании) и последующее вычитание из полученной суммы рыночной стоимости материальных и нематериальных активов оцениваемого предприятия. К недостаткам данного метода можно отнести тот факт, что рыночная капитализация включает в себя стоимость не только текущих нематериальных активов, но и потенциальных будущих, таким образом, стоимость гудвилла компании завышается на величину ожидаемой стоимости будущих НМА предприятия [7]. Также затруднительна точная оценка рыночной стоимости текущих нематериальных активов оцениваемого предприятия и рыночная капитализация оцениваемой компании может быть искажена по причине неэффективности отечественного фондового рынка. Как следствие, погрешности оценки данной величины влекут за собой компенсирующие ошибки при расчете стоимости гудвилла.

Метод роялти, в свою очередь, предполагает оценку рыночной стоимости использования гудвилла на протяжении жизненного цикла конкурентных преимуществ, порождающих данную категорию активов предприятия. Предполагается, что с течением времени гудвилл будет обесцениваться, таким образом, рыночная плата за его использование также будет снижаться с определенным темпом. Приведенная стоимость указан-

ных денежных потоков в совокупности составляет рыночную стоимость гудвилла оцениваемой компании. Однако, предпосылка возможности отчуждения гудвилла от действующего бизнеса и продажи права его использования третьим лицам, лежащая в основе метода, противоречит основополагающим характеристикам данной категории активов предприятия. Также в качестве недостатка данного метода можно выделить сложность оценки величины рыночной платы за использование гудвилла и периода действия конкурентных преимуществ, порождающих его [6].

При применении *метода сравнительных мультипликаторов* гудвилл оценивается посредством определения средней доли гудвилла в совокупной рыночной стоимости активов компаний-аналогов (построение мультипликатора гудвилл/совокупная рыночная стоимость активов). Однако следует заметить, что в основе подобного метода лежит предпосылка о том, что предприятия-аналоги и оцениваемое предприятие обладают сходными конкурентными преимуществами. Что, в свою очередь, противоречит сущности конкурентных преимуществ, так как их наличие предполагает способность компании предотвратить имитацию данных преимуществ прочими предприятиями [5].

В рамках *метода капитализации денежного потока* наиболее распространена методика оценки гудвилла на основе капитализации избыточной прибыли. Однако данная методика, по мнению авторов, имеет ряд недостатков. Во-первых, она статична, стоимость определяется на основе финансовых показателей наиболее характерного периода, однако конкурентные преимущества, лежащие в основе гудвилла, имеют тенденцию истощаться со временем. Во-вторых, использование среднеотраслевого уровня рентабельности как характеристики результатов деятельности при отсутствии гудвилла способно значительно сократить стоимость данной категории активов, так как предполагает ее отсутствие у прочих предприятий отрасли. Как результат может быть получена отрицательная стоимость гудвилла.

Метод дисконтирования денежных потоков основан на предположении, что стоимость любого актива предприятия может быть определена на основе прогноза денежных потоков, которые оцениваемый актив будет создавать в будущем. Прогнозируемые денежные потоки и денежные потоки терминального периода приводятся к текущей стоимости на дату проведения оценки путем дисконтирования по ставке, отражающей риск, связанный с поступлением данных денежных потоков. Для определения доли чистой прибыли предприятия, генерируемой гудвиллом, в рамках метода дисконтирования денежного потока применяется концепция «остаточной прибыли». Анализ методики оценки гудвилла на основе модели Эдварда-Белла-Ольсона (ЕВО) и методики компании Brand-Finance, позволил выделить ряд недостатков, присущих данным алгоритмам:

- обе методики в процессе определения коэффициента дисконтирования предполагают применение экспертных оценок;
- оценка гудвилла существенно зависит от прогнозов ожидаемой прибыли.

Однако, несмотря на описанные выше недостатки, явное преимущество указанных методик состоит в том, что они основаны на оценке ожидаемых денежных потоков, генерируемых гудвиллом и, таким образом, позволяют определить рыночную стоимость данной категории активов.

В заключение необходимо отметить, что конкурентоспособность предприятия в значительной мере определяется наличием гудвилла. Поэтому при оценке эффективности предпринимательской деятельности наряду с финансовыми, производственными и иными показателями должны присутствовать показатели, характеризующие эффективность управления гудвиллом. Одним из значимых шагов на пути формирования системы управления стоимостью гудвилла является изучение сущности данного понятия и обобщение существующих методов оценки данной категории активов.

Список литературы:

1. The Invisible Business. Brand Finance plc. [online] Date of access: 10.04.2008 <www.brandfinance.com>.
2. Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента Т. 2. / И.А. Бланк. – К.: Эльга – Н. Ника-Центр, 2001. – 512 с.
3. Оценка бизнеса: Учебник для ВУЗов/ Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 509 с.
4. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия: Учебное пособие для ВУЗов / С.В. Валдайцев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 344 с.
5. Scherer F.M., Harhoff D., Kukies J. Uncertainty and the Size Distribution of Rewards from Innovation // Journal of Evolutionary Economics. – 2000. – № 10.
6. Mueller D.C., Supina D. Goodwill Capital // Small Business Economics. – 2002. – № 19.
7. Becker B.C., Sperduto K., Riedy M.K. An Examination of Goodwill Valuation Methodologies // The Corporate Governance Advisor. – 2002. – № 10 (4).
8. Richard N. Owens Goodwill in the Accounts // The University Journal of Business. – 1923. – № 3.

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

© Барсукова Е.В.*

Новосибирский государственный университет
экономики и управления, г. Новосибирск

Одной из главных проблем российской экономики в настоящее время является дефицит денежных средств на предприятиях для осуществления ими своей текущей и инвестиционной деятельности. Однако при ближайшем рассмотрении данной проблемы выясняется, что одной из причин этого дефицита является, как правило, низкая эффективность привлечения и использования денежных ресурсов, ограниченность применяемых при этом финансовых инструментов, технологий, механизмов. Хозяйственная деятельность любого предприятия сопровождается движением денежных средств, наличие которого не всегда означает существование на предприятии системы управления денежными потоками. Именно осознанное, плановое, эффективное управление денежными потоками на предприятии способно обеспечить непрерывный – процесс производства, реализации продукции и получения прибыли, повысить интенсивность протекающих хозяйственных операций.

Вся деятельность любой коммерческой организации связана с движением денежных средств, с их поступлением и выбытием. Движение денежных средств на предприятии происходит непрерывно. Именно данный непрерывный процесс движения денег и составляет по существу понятие «денежного потока».

Можно выделить два основных подхода к анализу определений понятия «денежный поток».

Согласно первому подходу, денежный поток представляет собой разницу между всеми притоками и оттоками денежных средств за определенный период времени. Данное определение больше подходит для термина «чистый денежный поток», который равен разнице между остатком денежных средств организации на конец и начало периода. Само понятие «поток» означает «течение», «движение во времени», поэтому нельзя определять поток денежных средств как «застывшую», разностную величину.

* Магистрант кафедры Финансов

Второй подход более распространен среди экономистов. Денежный поток при этом рассматривается как сумма притоков и оттоков денежных средств за период. При этом в составе денежных потоков большинством авторов не учитываются денежные эквиваленты [1, С. 301].

Также можно еще выделить подход, при котором денежные потоки рассматриваются в широком смысле как сумма нераспределенной прибыли и амортизационных отчислений, что тесным образом связано с первым подходом к определению денежного потока.

Обобщая подходы к определению сущности денежных потоков, можно определить данную экономическую категорию как совокупность реальных притоков и оттоков денежных средств и их эквивалентов, распределенных в каждый конкретный момент времени рассматриваемого периода и обслуживающих все процессы хозяйственной деятельности организации.

Именно наличие или отсутствие денег определяет возможности и направления развития предприятия; превышение денежных поступлений над платежами обеспечивает возможность вложения денег в целях получения дополнительной прибыли. Однако при этом надо иметь в виду, что предприятию необходимо постоянное наличие определенной суммы денежных средств как наиболее ликвидных активов, поддерживающих его платежеспособность [2, С. 17].

Оптимизация является одной из важнейших функций управления денежными потоками, направленной на повышение их эффективности в предстоящем периоде. Важнейшими задачами, решаемыми в процессе этого этапа управления денежными потоками, являются: выявление и реализация резервов, позволяющих снизить зависимость предприятия от внешних источников привлечения денежных средств; обеспечение более полной сбалансированности положительных и отрицательных денежных потоков во времени и по объемам; обеспечение более тесной взаимосвязи денежных потоков по видам хозяйственной деятельности предприятия; повышение суммы и качества чистого денежного потока, генерируемого хозяйственной деятельностью предприятия.

Оптимизация денежных потоков представляет собой процесс выбора наилучших форм их организации на предприятии с учетом условий и особенностей осуществления его хозяйственной деятельности.

Основными целями оптимизации денежных потоков предприятия являются:

- обеспечение сбалансированности объемов денежных потоков;
- обеспечение синхронности формирования денежных потоков во времени;
- обеспечение роста чистого денежного потока предприятия.

Основными объектами оптимизации выступают:

- положительный денежный поток;
- отрицательный денежный поток;
- остаток денежных активов;
- чистый денежный поток.

При построении системы управления денежными потоками важно оптимизировать соответствующие бизнес-процессы, для чего необходимо определить:

- состав ЦФО, по которым формируются и контролируются бюджеты денежных средств;
- участников процесса, то есть сотрудников компании, выступающих в роли инициаторов платежей, контролеров выполнения внутренних регламентов, акцептантов;
- обязанности и полномочия каждого участника бизнес-процесса, в частности по определению платежных лимитов, и ответственных за принятие решений по тем или иным платежам;
- временной график прохождения платежей, в частности установить сроки и последовательность прохождения заявок на оплату [3, С. 24].

В дальнейшем это позволит сократить трудозатраты топ-менеджеров компании (генерального и финансового директоров) на контроль расходования средств. Если ранее им приходилось просматривать и подписывать каждую заявку на оплату, то теперь, когда суммы расходов утверждены в бюджетах, а порядок согласования платежей формализован, контроль за денежными потоками можно возложить на финансового менеджера. Соответственно финансовый (генеральный) директор будет согласовывать только ограниченное количество платежей, как правило, сверхлимитных, крупных или нерегулярных.

Четкая регламентация процессов управления денежными средствами позволит финансовому директору не отвлекаться на решение менее важных задач. Например, даже простое требование указывать при инициации счетов на оплату фамилию ответственного менеджера, который должен будет представить отчет по выплаченным суммам, дает возможность сократить трудозатраты финансового директора, а также неоправданное расходование средств. Следует отметить, что регламент управления денежными средствами позволяет избегать споров с линейными менеджерами о якобы несвоевременных оплатах: всем ясно, по какому принципу выделяются на это деньги. Кроме того, исключаются ситуации, когда менеджер за две минуты до окончания платежного дня приносит заявку на оплату с требованием обязательно заплатить сегодня.

Правильно выстроенные бизнес-процессы помогают решить еще одну актуальную задачу – свести к минимуму риск злоупотреблений со сторо-

ны сотрудников предприятия за счет разделения функций контроля выплат и их инициации.

Заявка проходит три уровня контроля. Руководитель ЦФО проверяет целесообразность и обоснованность данного расхода, сотрудник отдела планирования и бюджетирования – наличие лимитов в бюджете ЦФО на этот вид расхода в данном периоде, а сотрудник бухгалтерии – правильность оформления документов на оплату и отсутствие задолженностей по расчетам и представлению документов по данному контрагенту и сотруднику. После этого заявка в зависимости от суммы и кодировки бюджета попадает к руководителю казначейства, финансовому или генеральному директору которые принимают решение об оплате.

Каждой статье расходования денежных средств присваивается один из следующих платежных приоритетов:

- *приоритет первой очереди* – платежи, задержка по которым может вызвать серьезные негативные последствия для компании, например штрафные санкции или ухудшение деловой репутации. К таким платежам относятся оплата налогов и погашение кредитов. Оплачиваются финансовой службой строго в соответствии со сроком платежа, указанным в заявке;
- *приоритет второй очереди* – платежи, по которым допустима задержка оплаты на срок до трех банковских дней без серьезных негативных последствий для компании (выплата заработной платы, оплата основным поставщикам);
- *приоритет третьей очереди* – платежи, по которым допустим перенос сроков оплаты более чем на три банковских дня. При невыполнении плана поступлений по выручке финансовая служба имеет право инициировать сокращение таких статей в бюджете или отмену таких платежей. Если финансовая служба изменила сроки платежа, указанные его инициатором в заявке на оплату, то она обязательно извещает инициатора об этом [3, С. 25].

На практике нередко возникает ситуация, когда план поступлений не выполняется, а план расходования денежных средств исполняется в полном объеме, соответственно общая сумма заявок на оплату превышает реальное поступление денежных средств. Чтобы избежать кассовых разрывов, целесообразно ранжировать все платежи по степени их приоритетности или значимости. Статьи с наиболее высоким приоритетом оплачиваются в обязательном порядке, статьи с пониженным приоритетом – при выполнении дополнительных условий.

Приоритетность платежей в компании чаще всего определяется сроками оплаты счетов и договоров, учитываемыми при составлении платежного календаря, который и устанавливает внутреннюю очередность платежей. Статьи расходов, позволяющие при необходимости сдвигать сроки

оплаты счетов, предоставляют возможность для маневра при временном недостатке средств.

Список литературы:

1. Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент: полный курс: в 2-х т./ пер. с англ. / Под ред. В.В. Ковалева. – СПб.: Экономическая школа, 2001. – Т. 1 – 497 с., Т. 2 – 669 с.
2. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент: учебное пособие. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003 – 400 с.
3. Оперативное управление денежными потоками // Финансовый директор. – 2006. – № 6.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ РЫНКА МНОГОКВАРТИРНЫХ ДОМОВ ЧЕЛЯБИНСКА НА ОСНОВЕ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ

© Вайсман Е.Д.^{*}, Глазков И.К.[♦], Мищенко В.Е.[♥]

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

В статье представлены основные результаты исследования динамики развития рынка многоквартирных домов Челябинска, кратко описаны методы, использованные в ходе проведенного анализа. Предложена методика, позволяющая прогнозировать изменение объемов продаж конкретной строительной компании в зависимости от степени удовлетворения потребностей ее целевой группы.

Завоевание устойчивой рыночной позиции и достижение положительных финансовых результатов сегодня прямо зависит от степени обоснованности и правильности выбора стратегии развития компании. В основе такой стратегии всегда лежит прогноз развития рынка.

Целью настоящей работы явилась разработка рекомендаций по корректировке стратегии одной из строительных компаний Челябинска на основе долгосрочных прогнозов.

Для решения поставленных задач нами было использовано порядка десяти моделей прогнозирования, метод получения частного прогноза из

^{*} Профессор кафедры «Экономика и финансы», канд. экон. наук, доцент

[♦] Студент кафедры «Экономика и финансы»

[♥] Студент кафедры «Экономика и финансы»

общего, разработана методика прогнозирования объемов продаж компании при изменении политики ее рыночного поведения.

Необходимым условием прогнозирования на основе математической модели является ее адекватность исходному временному ряду [1, С. 73]. Для проверки адекватности каждой модели с помощью программы Minitab 15 была построена автокорреляция. Достаточным условием является максимальная точность модели. Точность определялась путем прогнозирования на периоды с уже известным объемом продаж (2006, 2007 годы) [1, С. 75].

Оценка точности производилась с помощью вычисления средней квадратической ошибки тренда MSE, которая определяется по формуле (1).

$$MSE = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n (Y_t - \hat{Y}_t)^2, \quad (1)$$

где n – количество значений во временном ряду; t – номер периода;

Y_t – реальное значение показателя в период t ;

$\hat{Y}_t$ – прогнозное значение показателя в период t .

Расчеты показали, что для временного ряда объемов продаж в стоимостном выражении в наибольшей степени приведенным условиям удовлетворяет модель экспоненциального тренда (2).

$$\hat{Y}_t = a \times k^t = 1620,27 \times 1,24^t. \quad (2)$$

В результате использования выбранной модели были получены прогнозные значения объемов продаж рынка многоквартирных домов Челябинска в стоимостном выражении (табл. 1).

Таблица 1

Прогнозные значения объемов продаж рынка многоквартирных домов Челябинска в стоимостном выражении

Год	Объем продаж, млн.руб.
2008	11556,51
2009	14375,77
2010	17882,80

Графическое изображение модели экспоненциального тренда представлено на рис. 1.



Рис. 1. Динамика объемов продаж рынка многоквартирных домов Челябинска в стоимостном выражении и ее прогноз на основе экспоненциального тренда

Для прогнозирования ряда объемов продаж в натуральном выражении был выбран параболический тренд (3).

$$\hat{Y}_i = a + b \times t_i + c \times t_i^2 = 523,26 - 40,07 \times t_i + 8,43 \times t_i^2. \quad (3)$$

Полученные результаты прогноза представлены в табл. 2.

Таблица 2

Прогнозные значения объемов продаж рынка многоквартирных домов Челябинска в натуральном выражении (тыс. м. кв.)

Год	Объем продаж
2008	903,8
2009	1032,4
2010	1177,9

Прогноз цены за кв. м. жилья был получен путем вычленения ценового тренда из динамики объемов продаж в стоимостном выражении.

Таким образом, осуществленные прогнозы позволили оценить рост рынка строительства многоквартирных домов Челябинска к 2010 г. в размере порядка 38 %, при этом рост цены одного квадратного метра составит порядка 28 %.

Для прогнозирования объемов продаж конкретной строительной компании в зависимости от потребностей целевого сегмента нами была разработана методика, включающая три этапа.

1. Подготовительный.

На этом этапе в соответствии с рассмотренными выше методиками проводится прогнозирование объемов продаж как в целом по отрасли, так и, в частности, отдельной компании, выделение целевой группы потребителей и определение ее требований к атрибутам покупаемой квартиры.

В результате подготовительного этапа с помощью балльной оценки определяется степень удовлетворения продуктом конкретной строительной компанией требований потребителей.

2. Расчет поправочных коэффициентов.

На основе данных, полученных на подготовительном этапе, по каждому из атрибутов продукта строительной компании рассчитываются частные коэффициенты несоответствия p_i (4), позволяющие, по сути, соотнести важность того или иного атрибута с точки зрения строительной компании, с одной стороны, и потребителей, с другой. Здесь также рассчитывается общий коэффициент несоответствия P (5) темпов роста отрасли по отношению к темпам роста отдельной строительной компании.

$$p_i = \frac{\text{Степень важности атрибута квартиры для компании}}{\text{Степень важности атрибута квартиры для целевой группы}} \quad (4)$$

$$P = \frac{\text{Темп роста объемов продаж отрасли}}{\text{Темп роста объемов продаж строительной компании}} \quad (5)$$

Результатом данного этапа является расчет коэффициента изменения P^1 (6), в котором используются значения общего и частных коэффициентов несоответствия.

$$P^1 = \left(\sum_{i=1}^n p_i / n \right) \times (1 - P) + P, \quad (6)$$

где n – количество атрибутов.

Рассчитанный коэффициент изменения позволяет прогнозировать изменение объемов продаж конкретной строительной фирмы в зависимости от степени удовлетворения потребностей целевой группы ее потребителей.

3. Прогнозирование роста продаж строительной компании.

На данном этапе на основе коэффициента изменения рассчитывается темп роста продаж конкретной строительной компании. (7). В принципе, здесь может быть получено несколько вариантов прогнозов, в соответствии с последовательным изменением выявленных частных коэффициентов несоответствия. Каждый из вариантов предполагает изменение стратегии поведения компании на рынке с помощью корректировки того иного атрибута или их совокупности в сторону его приведения в соответствие

с требованиями потребителей. Полученные прогнозы будут отличаться от рассчитанных на подготовительном этапе в той степени, в какой компания готова изменить степень важности одного либо нескольких атрибутов продаваемых квартир.

$$\text{Темп роста объемов продаж} = \frac{\text{Темп роста объемов продаж отрасли}}{P^*}. \quad (7)$$

На основе полученного темпа роста строится прогноз объемов продаж строительной компании.

Разработанные методики были апробированы на примере одной из строительных компаний г. Челябинска. Эта небольшая по масштабам деятельности компания испытывает в последнее время некоторые проблемы с реализацией квартир в построенных ею домах. Анализ показал весьма существенное значение общего коэффициента несоответствия для этой компании. Другими словами, темпы роста продаж этой компании существенно отстают от темпов роста отрасли в целом. Исследование потребителей путем проведения телефонного опроса на основе собственно случайной бесповторной выборки объемом 200 единиц позволило рассчитать частные коэффициенты несоответствия по целому ряду атрибутов реализуемых квартир, среди которых наибольшее значение имеет коэффициент несоответствия по атрибуту «цена». Расчеты показали, что при внесении изменений в стратегию своего рыночного поведения компания сможет весьма значительно повысить продажи.



Рис. 2. Изменение объемов продаж компании при корректировке ее рыночного поведения

На рис. 2 проиллюстрировано изменение объема продаж компании при изменении частного коэффициента несоответствия по атрибуту «цена квартиры».

На основе представленной методики было построено несколько прогнозов объемов продаж строительной компании при различных комбинациях атрибутов квартиры.

Полученные результаты легли в основу рекомендаций руководству строительной компании г. Челябинска по изменению продуктовой и ценовой политики.

Список литературы:

1. Ханк Д.Э., Уичерн Д.У., Райтс А.Дж. Бизнес-прогнозирование, 7-е издание.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 656 с.
2. Афанасьев В.Н., Юзбашев М.М. Анализ временных рядов и прогнозирование: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 228 с.
3. Четыркин Е.М. Статистические методы прогнозирования. – М.: Статистика, 1977. – 200 с.
4. Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник – М.: Издательство «Финпресс», 1999. – 656 с.
5. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Издательство «Финпресс», 1998. – 416 с.

ИННОВАЦИОННЫЙ КОМПОНЕНТ В ПРОЕКТАХ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ КАК УСЛОВИЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

© Варламов А.С.*

Южно-Уральский Государственный Университет, г. Челябинск

Статья посвящена проблеме повышения конкурентоспособности российских предприятий за счет включения в проекты реструктуризации инновационных программ. Показано, что проведение высокозатратных реструктуризационных проектов, не предполагающих инноваций, ведет к недостаточной конкурентоспособности реструктуризованных предприятий и, соответственно, к потерям.

* Аспирант кафедры «Экономика и финансы»

В современных условиях процесс реструктуризации становится объективной необходимостью, поскольку обеспечивает не только выживание, но и конкурентоспособность промышленного предприятия. За последнее 10-летие практически ни одна ведущая корпорация в мире не смогла избежать рискованной и болезненной процедуры радикального реструктурирования. По оценкам, промедление и попытка обойтись без серьезных изменений привели к исчезновению каждой четвертой компании из списка 500 ведущих корпораций мира [1].

Проблемы реструктуризации для российских компаний еще более актуальны. Это обусловлено несколькими причинами, главными из которых являются: переход России к рыночной экономической системе, повышение финансовых рисков предприятий в условиях рыночной экономики, развитие конкурентной борьбы между компаниями и группами компаний в различных сегментах рынка, борьба за передел собственности и ряд глубоких финансово-экономических кризисов, постигших российскую экономику за последние десять лет.

Реструктуризация вызвана необходимостью адаптации не только к быстро меняющейся внешней среде, но и к рыночной экономике в целом. Перед руководителями промышленных предприятий встает сложная задача разработки и реализации проекта реструктуризации, которая должна предусматривать принципиальное изменение структуры компании на основе глубокого анализа текущего состояния и перспектив развития его внутренней и внешней среды.

Как известно, в деловой практике основными позитивными целями реструктуризации предприятия являются привлечение кредитных и инвестиционных ресурсов, поиск партнеров в бизнесе, расширение и укрупнение производства, оптимизация налогообложения, диверсификация и демонополизация производства, дробление имущественного комплекса на отдельные предприятия, или напротив, интеграция активов отдельных компаний для реализации совместных крупных проектов. К сожалению, до сих пор в этот список чрезвычайно редко входят задачи, связанные с инновационным развитием. В основном предприятия, ориентируются на максимальное удовлетворение внутреннего спроса и в большей мере склонны к диверсификации производства и внедрению импортозамещающей продукции.

Очевидно, в силу этой причины аналитики отмечают избыточную диверсифицированность бизнес-портфелей российских предприятий [2], вызывающую негативную реакцию инвесторов.

В то же время, последние зарубежные исследования в области стратегического управления свидетельствуют о том, что специализированные компании эффективней диверсифицированных [3]. Качество их продук-

ции гораздо лучше, производительность труда в таких компаниях выше, а развитие динамичней.

В начале 90-х годов один из профессоров бизнес-школы университета Columbia Фрэнк Лихтенберг провел исследование 17 000 американских заводов [3]. Исследование показало, что диверсификация отрицательно влияет на производительность труда. Чем больше число отраслей, в которых ведет деятельность компания, тем меньше производительность труда на отдельно взятом заводе.

Работы других исследователей показывают, что и прибыльность корпораций страдает в результате диверсификации. Она же влияет и на темпы роста бизнеса. Так, проведенный компанией McKinsey анализ порядка 50 компаний, достигших рекордных темпов роста объема продаж (более 100 % в год), позволил сделать следующий вывод: самый характерный элемент стратегии быстрорастущих компаний – это их узкая специализация [3]. Большинство из исследованных компаний сосредотачивают свои усилия на одном конкретном товаре или одной очень привлекательной для потребителя услуге. Лишь некоторые из них предоставляют покупателям комплекс тесно связанных между собой товаров и услуг. Диверсифицированных компаний среди лидеров роста при этом не оказалось.

Кроме того, практический опыт экономики США доказал слабость структур типа конгломератов. По информации McKinsey [4], из 165 конгломератов в 1979 году, 33 % распродали непрофильные направления бизнеса и сосредоточились на основном виде бизнеса. Еще 35 % конгломератов были поглощены или ликвидированы. Таким образом, для американцев стало очевидно, что управление диверсифицированными структурами не является высоко эффективным, а реализация синергетических эффектов в рамках этих структур происходит далеко не всегда.

Эффективность специализированных компаний по сравнению с диверсифицированными специалисты определяют несколькими причинами:

- во-первых, деятельность менеджмента специализированных компаний концентрируется в одной области;
- во-вторых, в специализированных компаниях не происходит распыления ресурсов (временных, финансовых) по множеству направлений деятельности;
- в-третьих, структура бизнеса в случае специализированных компаний более упорядочена;
- в-четвертых, в этих компаниях нет «пожирателей прибыли», то есть тех бизнес-направлений, которые спонсируются в рамках диверсифицированных структур.

Несмотря на преимущества специализации, крупные российские компании пока редко прибегают к стратегии развития одного продукта на рынке. Происходит это вследствие отсутствия конкурентных отношений

на отдельных стадиях производства продукции, из-за высоких административных барьеров и из-за географических особенностей расположения предприятий, построенных еще во времена СССР. Существенную роль здесь играет и тот факт, что специализация на конкретном продукте требует особенно серьезных усилий в области инноваций для поддержания его конкурентоспособности.

Другой дисбаланс существующей бизнес-модели современного российского предприятия состоит в том, что большинство российских компаний продолжает ориентироваться на старый инженерный задел и подходы к управлению НИОКР, которые уже не могут обеспечить международный уровень и качество инженерных решений. Несмотря на это, примеры альянсов и поглощений зарубежных инжиниринговых компаний, которые могли бы помочь выйти на новый уровень технологий и управления НИОКР, практически отсутствуют.

Ежегодно во всем мире бизнес тратит миллионы долларов на создание know how. Инновационный сектор – один из самых опасных и рискованных.

По мировым стандартам, отечественный бизнес характеризуется относительно низкой инновационной активностью. По результатам исследования, недавно проведенного Ассоциацией менеджеров, доля инновационно активных предприятий не превышает 10-12 %. Средства тратятся в основном на постепенное усовершенствование существующего продукта. Об этом заявили 43 % опрошенных Ассоциацией менеджеров респондентов. Лишь 16 % компаний сообщили, что внедряют нововведения, серьезно изменяющие и улучшающие качество. Совершенствованием производственного процесса, то есть разработкой новых технологий, занимается еще меньшая доля респондентов – всего 9 % [5].

Для сравнения: порядка 70 % ежегодного экономического роста США было обеспечено именно за счет разработок новых товаров. Американские компании тратят в год от 10 до 20 % чистой выручки на создание или улучшение своих товаров или производственных возможностей [5].

Таким образом, реализуя проекты реструктуризации, в состав которых не входят инновационные программы, предприятия, по сути, закладывают в свою будущую деятельность потери, связанные с недостаточным уровнем конкурентоспособности.

С нашей точки зрения, сумма таких потерь должна определяться как ожидаемая величина $E(L)$ по следующей формуле:

$$E(L) = E(L_1) + r \times I, \quad (1)$$

где $E(L_1)$ – ожидаемые потери вследствие недостаточной конкурентоспособности продукции предприятия;

r – процентная ставка по альтернативным вложениям предприятия;

I – сумма инвестиций в реструктуризацию предприятия.

В свою очередь, ожидаемые потери от недостаточной конкурентоспособности включают в себя две составляющие: прямые потери от сокращения доли принадлежащего предприятию рынка $E(L_2)$ и альтернативные издержки – упущенную выгоду $E(L_3)$ от невозможности расширить свое рыночное присутствие вследствие недостаточной конкурентоспособности:

$$E(L_1) = E(L_2) + E(L_3), \quad (2)$$

Вместе с тем, следует иметь в виду, что инновационный компонент не только удорожает и без того достаточно затратный проект реструктуризации, но и повышает его рискованность. Так, в мире, равно как и в России, диапазон вложений в одну разработку составляет от 1 до 50 млн. долларов. Типичный средний показатель 0,5-5 млн. долларов на одно know how на срок от полугода до двух лет [6].

Риски инноваций считаются едва ли не самыми серьезными из всех, которые несут предприятия. Повышенную опасность таких инвестиций компенсирует высокий уровень доходности, если инновация оказалась удачной. Мировая статистика утверждает, что из 10 разработок 5 приносят инвестору минус. Из оставшихся 5 разработок только 3 позволяют всего лишь «выйти в ноль». Утешает потенциальных инвесторов тот факт, что оставшиеся 2 новинки дают такую прибыль, что она распределяется на все 10 разработок объемом не менее 40 % [6].

Риски сбыта и продвижения инновационного продукта составляют порядка 20 %. Еще 10 % традиционно относят на риски, связанные с научно-техническими проблемами при создании нового товара, то есть самой разработки. Столько же приходится на опасности, связанные с невозможностью произвести и организовать сбыт нового товара по цене, адекватной условиям рынка. По 5 % эксперты отдают рискам, связанным с промышленным пиратством и действиями конкурентов, а также проблемам организации производства нового товара [6].

Высокий риск ни в коем случае не должен приводить к отказу от инноваций в реструктуризационных процессах, поскольку только таким путем российские предприятия смогут выйти на требуемый уровень конкурентоспособности. Выход здесь в ужесточении требований к обоснованию проекта реструктуризации и изменении подходов к кредитованию инновационных программ.

Список литературы:

1. Мазур И.И., Шапиро В.Д. Реструктуризация предприятий и компаний. Современное бизнес-образование. / Под ред. Мазура И.И. – М.: Экономика, 2003. – 456 с.

2. Биван А.А., Эстрин С., Шафер Е.С. Факторы реструктуризации предприятий в переходных экономиках // Экономический журнал ВШЭ. – 2002. – № 1. – С. 3.

3. Gilbreath R.D. Planning for the Unexpected // The journal of Business Strategy, 1987, 8(2): pp. 44-49.

4. Гохан Патрик А. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний. Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 27с.

5. Сайт «Сообщества менеджеров E-xecutive» <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/>.

6. Интернет-портал «Инноватика и конкурентные преимущества» www.innovatika.net.

ВЛИЯНИЕ ХАРАКТЕРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ КОМПЛЕКСА УСЛУГ НАУКОЕМКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ИХ КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

© Герасимова С.А.*

Филиал Ульяновского Государственного университета,
г. Димитровград

Автор статьи выявляет специфические черты комплекса услуг наукоемких предприятий, определяющих повышенные требования к качеству, особенности маркетинга и формирования спроса на подобные услуги.

Причинами многообразия определений услуги и отсутствия единого подхода к их определению признаются:

1. Действия, которые можно назвать услугами, многочисленны и многообразны, как и объекты, на которые они направлены;
2. Официальная статистика объединяет все действия в один класс услуг;
3. Граница услуг как специфического нематериального блага достаточно размыта [1, С. 154].

Для решения проблемы «путаницы» в терминологии требуется определить характерные черты «наукоемких» услуг, определяющих требования к их качеству, особенности маркетинга подобных услуг, специфику формирования спроса на них.

* Старший преподаватель кафедры Экономики и управления, магистр менеджмента

Научно-технические услуги можно отнести к услугам однородной группы – это совокупность услуг, объединенных в единую группу по общности назначения (или иным признакам). Назначением услуг любых однородных групп является удовлетворение потребностей одного или нескольких видов. Услуги однородной группы удовлетворяют, как правило, одну основную потребность и несколько второстепенных.

Особенности требований к качеству услуг однородных групп определяются их назначением, чаще всего функциональным и социальным.

Общими требованиями, характерными для всех групп услуг, являются безопасность для потребителей, экологичность, а также отдельные экономические свойства, непосредственно или косвенно влияющие на безопасность (санитарно-гигиенические, психофизиологические) [2, С. 176];

К специфическим требованиям относятся показатели идентификации услуги. Идентификация услуги – процедура подтверждения соответствия услуги ее описанию или требованиям нормативных документов. При этом необходимо различать групповой, видовой и фирменный уровень специфических требований к услуге. Уровень качества услуг на групповом, видовом и фирменном уровне в значительной мере определяет конкурентоспособность услуги конкретного предприятия.

Политика в области качества исполнителей отличается от политики изготовителей продукции тем, что услуга достаточно часто не имеет послепродажного периода. Отсюда не возникает необходимости поддержания заданного уровня качества после оказания услуги. Это касается, прежде всего, услуг, потребление которых совпадает с процессом обслуживания. Однако, если в результате оказания услуги произведена или передана в собственность материальная продукция, то услуга не завершается после ее предоставления. Послепродажная деятельность исполнителя услуги может выражаться в гарантийном обслуживании клиентов, их консультировании и обязанности устранения дефектов в течение гарантийного срока. Примером могут служить услуги научно-технических предприятий по ремонту технически сложных товаров, на которые установлен гарантийный срок обслуживания.

К оценке качества всех типов услуг применяются три основных подхода:

1 подход: самооценка производителя услуг.

2 подход: оценка качества услуг сторонней организацией.

3 подход: потребительская оценка полученных услуг.

Оценка качества услуг научно-технических предприятий должна осуществляться методом самооценки производителей, потребительской оценки (в том числе и сторонних организаций), а второй подход должен применяться при условии оценки качества научно-технических услуг головными научными организациями отрасли.

Обеспечение конкурентоспособности комплекса услуг наукоемкого предприятия во многом определяется эффективным маркетингом и формированием спроса на наукоемкие услуги. Маркетинг и формирование спроса на услуги наукоемких предприятий следует осуществлять с учетом особенностей этих услуг.

Наукоемкая услуга является товаром, который реализуется наукоемким предприятием заказчиком (потребителем) по договорным ценам. К наукоемким услугам относятся:

- услуги в области научно-технического планирования и прогнозирования, экологии и эргономики, технико-экономических исследований и ценообразования, оказание услуг по стандартизации, патентоведению, лицензированию и информационному обеспечению в других областях научных исследований;
- оказание услуг технической помощи в исследованиях, освоении и внедрении новой техники, технологии и материалов, в том числе закупаемых по лицензии;
- научно-технические услуги, включая участие в пусконаладочных работах, авторский надзор при освоении и эксплуатации новой техники (технологии), консультации научного, технического, экономического, финансового, управленческого и иного характера, обучение персонала заказчика (потребителя) и другие услуги;
- прочие услуги научно-технической деятельности, предназначенные для использования в производстве, планировании и управлении, научно-технической и социальной сферах.

Особенностями услуг наукоемких предприятий являются:

- Сложность процесса оказания наукоемкой услуги.

При формировании спроса данная особенность обуславливает необходимость обучения потребителей навыкам пользования, а также предусмотреть систему предпродажного и послепродажного консультирования.

- Высокие удельные цены наукоемких услуг, что связано с высоким уровнем издержек ее оказания по причине сложности осуществления и технологии подготовки.

Учет этой особенности требует проведения сегментации рынка по ценовому признаку и разработки для выделенных ценовых сегментов соответствующих комплексов маркетинга.

- Меньшая продолжительность жизненного цикла наукоемкой услуги на рынке и частая сменяемость по причине появления услуг с более высокими потребительскими свойствами по сравнению с обычной услугой.

Причиной является быстрое моральное устаревание наукоемкой услуги, которое обуславливает необходимость формирования спроса на основе прогнозов продолжительности стадий жизненного цикла, продаж и

прибылей на этих стадиях, а также планирования дополнительных маркетинговых и производственных затрат.

- Длительный цикл оказания технически наиболее сложных и объемных наукоемких услуг (в космической сфере, обслуживание ГЭС, АЭС и др.).

Исходя из этой особенности, формирование спроса подобных наукоемких услуг следует осуществлять путем предварительного получения спецзаказа на оказание таких услуг.

- Высокая доля затрат на НИОКР в общей сумме затрат, связанных с выводением наукоемкой услуги на рынок.

Особенность наукоемкой услуги – способность к тиражированию (воспроизводству). При этом затраты на ее воспроизводство во много раз ниже первоначальных расходов. В связи с этим наукоемкие услуги следует модернизировать и воспроизводить на основе уже имеющихся разработок (НИР). Даже осуществление дополнительных затрат (именно на стадии НИР) позволит снизить общие затраты на НИОКР в структуре затрат на маркетинг наукоемкой услуги и повысить эффективность формирования спроса при ознакомлении рынка с наукоемкой услугой.

- Более жесткие требования к обеспечению таких свойств наукоемкой услуги как надежность, уровень стандартизации, патентная защищенность, эффективность, безопасность, которые в первую очередь определяют ее качество.

Ведущий фактор формирования спроса на наукоемкие услуги – ее качество.

- Обеспечение экономии живого труда и материальных ресурсов при использовании наукоемкой услуги в производственной сфере для обеспечения нового качества жизни.

Это и увеличение свободного времени потребителей наукоемких услуг, для чего производители должны разрабатывать новейшие технологии и добиваться минимизации усилий по формированию спроса.

Для отнесения услуги к «наукоемким» необходимо ввести критерий «новизна услуги». Для определения новизны наукоемкой услуги не следует использовать понятие «стоимостная новизна». Под «стоимостной новизной» понимают затраты на НИОКР, освоение и использование наукоемкой услуги, отнесенные к объему полезной работы, ниже, чем у ординарной услуги. Причина в том, что длительность цикла создания наукоемкой услуги значительно превышает цикл оказания ординарной услуги. Как следствие – высокие удельные цены наукоемких услуг, связанные со сложностью процесса оказания и технологии подготовки. Как правило, научные организации не располагают достаточными оборотными средствами для возмещения подобных затрат, в связи с этим источниками воз-

мещения затрат становятся либо кредиты банков, либо средства заказчика.

Критерием «новизны услуги» рекомендуем избрать понятие «целесообразная новизна», означающая улучшенные производительные или потребительские свойства наукоемкой услуги. Равно как применима к оценке наукоемких услуг «рыночная новизна», к ее свойствам относят расширение круга потенциальных потребителей наукоемкой услуги и изменение в связи с этим их потребностей.

Выявленные особенности услуг наукоемких предприятий определяют специфику разработки маркетинговой стратегии, определяют характер формирования спроса на них и позволяют выделить особенности повышения их конкурентоспособности.

Список литературы:

1. Арасланов Т. Маркетинг услуг: уточнение некоторых понятий с экономической точки зрения // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 2.
2. Николаева М.А. Маркетинг товаров и услуг: Учебник. – М.: Издательский Дом «Деловая литература», 2001. – 448 с.

АМОРТИЗАЦИОННЫЕ ОТЧИСЛЕНИЯ КАК ИСТОЧНИК ВОСПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ФОНДОВ РЕЧНОГО ТРАНСПОРТА

© Евстратова А.А.*

Хабаровская государственная академия экономики и права,
г. Хабаровск

Традиционно считается, что амортизационные отчисления являются источником только простого воспроизводства основных производственных фондов. Однако в статье рассматривается точка зрения, согласно которой амортизационные отчисления могут быть и источником расширенного воспроизводства.

Речной транспорт является политически и экономически значимой для страны отраслью. Этот вид транспорта обслуживает 26 автономных республик, краев, национальных округов и 41 область России, осуществляет

* Аспирант кафедры «Экономика предприятия и менеджмента»

внешнеторговые перевозки и перевозки по внутренним водным путям длиной 101,6 тыс. км. В регионах Крайнего Севера, где нет железнодорожного сообщения и автомагистралей, внутренний водный транспорт является жизнеобеспечивающим и часто безальтернативным [1].

Объема перевозок речного транспорта в связи с экономическим кризисом период с 1991 по 1995 г. сократился в четыре раза. С 1995 г. ситуация несколько стабилизировалась, и в 2005 г. предприятиями речного транспорта было перевезено 108 млн. т грузов, из которых 29,3 или около $\frac{1}{4}$ части – внешнеторговые перевозки [3]. Данные перевозки выполняют специальные суда, приспособленные для комбинированных перевозок «река-море». Такие суда перевозят грузы круглый год из речных портов России в морские порты разных стран Азии, Африки, Европы.

Тяжелое финансовое состояние судоходных компаний (удельный вес убыточных предприятий в отрасли составляет свыше 30 %) привели к тому что, в отрасли сложилось сложное положение со строительством и обновлением флота. На рисунке 1 приведена возрастная структура речных транспортных судов общего пользования.

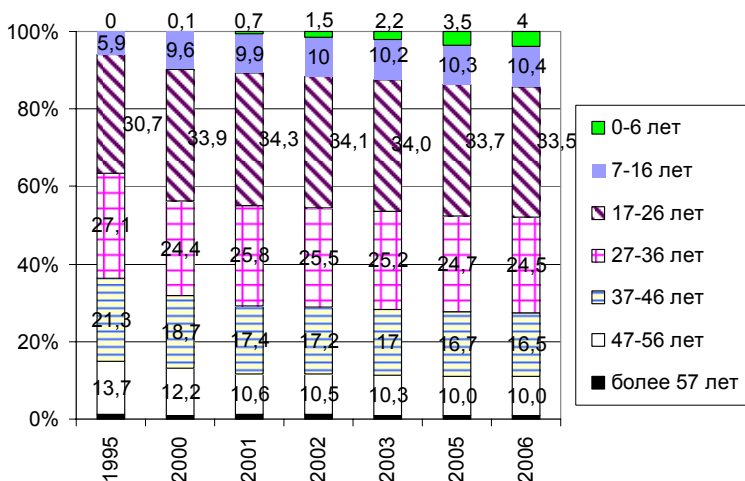


Рис. 1. Возрастная структура судов внутреннего водного транспорта общего пользования (на конец года, в процентах) [3]

Начиная с 1995 года, наблюдается резкое увеличение удельного веса судов, возраст которых находится в пределах 17–26 лет [3]. Для сравнения – средний возраст судов ведущих морских держав мира колеблется в пределах 7-8 лет [11]. Причем хочется отметить, что нормативный срок экс-

плуатации судов в России составляет 22 года в отличие от Японии, где в среднем нормативный срок службы равен 9 лет, Южной Кореи – 12 лет и Тайване – 12,7 года [2].

Для обновления флота, судоходным предприятиям, в первую очередь, предстоит определиться с источниками финансирования для строительства новых судов. Важнейшим источником долгосрочных капиталовложений на полное восстановление основных фондов являются амортизационные отчисления. Преимущество амортизационных отчислений как источника финансирования инвестиций по сравнению с другими заключается в том, что при любом финансовом положении организации этот источник имеет место при условии реализации продукции, и всегда остается в ее распоряжении. В развитых странах мира амортизационные отчисления до 65 % покрывают потребности фирм в инвестициях [5]. Доля амортизационных отчислений как источника инвестиций в основной капитал наиболее велика в нефтедобывающей промышленности (46,8 %), электроэнергетике (39,1 %), и машиностроении (38,1 %). На транспорте доля амортизационных отчислений в инвестициях меньше и составляет всего 27,4 % [9]. Хотя транспорт является одной из фондоемких отраслей народного хозяйства. Об этом можно судить по месту, какое амортизационные отчисления занимают в издержках производства. Так в промышленности их доля в затратах на производство (без ремонта) составляет 4,2 %, а на транспорте – 9,5 % себестоимости перевозок [8].

Одной из наиболее распространенных ошибок встречающихся в экономической литературе является отождествление «амортизации» с «амортизационными отчислениями», отсутствие четкого определения понятий «амортизационные отчисления» и «амортизация» [7 и др.]. По нашему мнению, понятия «амортизация» и «амортизационные отчисления» тесно взаимосвязаны между собой, но их нельзя отождествлять. Вообще амортизация является очень сложной экономической категорией. Вопросами изучения сущности и значения амортизации посвящено не мало работ как отечественных, так и зарубежных экономистов И.И. Веретенникова, Д.А. Баранов, С.А. Коркин и др.

Существует две точки зрения относительно того источником, какого воспроизводства является амортизация расширенного или простого. Согласно первой точке зрения, амортизационные отчисления должны обеспечивать только простое воспроизводство основных производственных фондов (ОПФ), согласно второй – амортизационные отчисления могут использоваться и на расширенное воспроизводство.

Первая точка зрения опирается на теоретическое положение, что простое воспроизводство, предполагает, что затраты на возмещение износа основных средств соответствует по величине начисленной амортизации. Расширенное воспроизводство, предполагает, что затраты на возмещение

износа основных фондов превышает сумму начисленной амортизации. Таким образом, денежные средства идущие на расширенное воспроизводство превышают суммы начисленных амортизационных отчислений. В этом случае дополнительным источником финансирования обновления основных фондов могут быть прибыль, долгосрочные банковские кредиты и другие источники. При этом предполагается, что амортизационный фонд возмещает лишь физический износ, т.е. обслуживает возмещение перенесенной стоимости ОПФ в рамках простого воспроизводства. Этой точки зрения в настоящее время придерживаются большинство экономистов [4, 5].

Вторая точка зрения [6] предполагает, что амортизационный фонд может стать источником не только простого, но и расширенного воспроизводства по следующим причинам.

Во-первых, это происходит вследствие удешевления благодаря производству машин в условиях НТП (в условиях инфляции проявление этого фактора не заметно). Во-вторых, в амортизационном фонде, который обеспечивает не единичное средство труда, а их определенную совокупность, ежегодно накапливается достаточная сумма средств, которую можно сразу направить на приобретение новых таких же средств, задолго до фактически необходимой замены существующих. Так, норма амортизации добывающих судов типа БМРТ составляет 5,6 % при нормативном сроке службы 18 лет. В процессе эксплуатации одного судна в амортизационном фонде сумма средств, достаточная для приобретения такого же судна, накопится лишь к концу нормативного срока службы, но для флота состоящего из нескольких, например 18 единиц аналогичная сумма в амортизационном фонде накопится уже через год.

Если на эти денежные средства приобретать новые суда и использовать в производстве, то интенсивность наполнения амортизационного фонда возрастет уже от большего количества судов, действующих и производстве это означает, что, когда суда, составляющие первоначальный флот, изнаются, в амортизационном фонде накопится необходимая сумма средств для их возмещения, несмотря на то, что их амортизационные отчисления ушли на приобретение других судов. Даже при существующей системе начисления амортизационный фонд объективно становится источником расширенного воспроизводства ОПФ. Ускоренная амортизация еще более увеличивает динамику этого процесса, однако инфляционные процессы в экономике уменьшают возможность расширенного воспроизводства ОПФ за счет амортизационного фонда.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что амортизационный фонд может стать источником не только простого, но и в какой то степени расширенного воспроизводства основных фондов. Причем хочется отметить, что амортизационный фонд может быть источником расширенного

воспроизводства основных фондов только в случае активного использования его для этой цели.

Список литературы:

1. Мишарин А. О состоянии и перспективах развития судоходства на внутренних водных путях РФ // Морской флот. – 2007. – № 3. – С. 20.
2. Гранков Л.М. Индикатор промышленно развития // Морской флот. – 2007. – № 3. – С. 42.
3. Основные показатели транспортной деятельности в России. 2006: Стат. сб./ Росстат. – М., 2006. – 95 с.
4. Тютюкина Е.Б. Финансы предприятий: Учебно-практическое пособие. – М.: Издательство – торговая корпорация «Дашков и Ко», 2002. – С. 87.
5. Веретенникова И.И. Амортизация и амортизационная политика. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 192 с.
6. Осипов В.А. Эффективность машиностроительного производства / В.А. Осипов. – Владивосток: ДВГТУ, 2003. – С. 127-128.
7. Большой энциклопедический словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Большая Российская энциклопедия; СПб.: Норинт, 1998.
8. Российский статистический ежегодник. 2005 Стат. сб./ Росстат. – М., 2005. – С. 640.
9. Инвестиции в России. 2005: Стат. сб./ Росстат. – М., 2005. – С. 51.

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ КЛАСТЕРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

© Евтюхин Д.В.*

Московская академия экономики и права, г. Москва

Статья посвящена ключевым аспектам кластеризации промышленности России. Автором дана характеристика тенденциям формирования промышленных кластеров и выявлены проблемы их развития с учетом специфики структуры отечественной промышленности.

Происходящие в мире процессы формирования кластеров не могли не оказать влияние на экономическую ситуацию в промышленности России. Для нашей страны это совпало с началом рыночных реформ. Однако, как показывает анализ, первый аспект кластеризации отечественной промышленности связан с тем, что в СССР ещё в 60-80-е гг. XX в. в результате

* Соискатель кафедры «Экономика и предпринимательство»

проведения исследований по оптимизации промышленного производства в условиях плановой экономики были разработаны и реализованы на практике модели территориально-производственных комплексов (ТПК), имеющих ряд сходств и принципиальных различий с промышленными кластерами. К основным сходствам ТПК и промышленных кластеров, необходимо отнести следующее. Во-первых, близкое соответствие объектов, входящих в состав масштаба охвата образований, – несколько отраслей (подотраслей) или группа предприятий промышленности. Во-вторых, учет важности промышленного и пространственного аспекта организации производства; группы факторов, характеризующих разнообразные условия окружающей среды; наличие и пригодность местных факторов производства; присутствие родственных и поддерживающих отраслей. В-третьих, методы выделения ТПК и идентификации промышленных кластеров (таблицы межотраслевых балансов, факторный и корреляционный анализ). Очевидно, что между двумя способами промышленного комплексообразования существует много общего. Можно говорить об осознании отечественной экономической наукой еще до формирования концепций М. Портера и М. Энрайта [1] объективных предпосылок для возникновения подхода, который бы обеспечивал необходимый механизм управления и развития территориальной концентрации промышленного производства. Фактически, можно констатировать наличие отечественных теоретических предпосылок и практических подходов к анализу промышленных кластеров. По нашему мнению, в настоящее время в практическом плане концепция кластеров и теория ТПК могут сосуществовать в нашей стране, т.к. наблюдается значительный диспаритет по уровню развития промышленности и освоенности регионов [2]. Следовательно, ряд положений концепции ТПК в актуализированном виде может применяться в условиях рыночной экономики при освоении перспективных территорий на основе современных организационно-экономических форм взаимодействия государства и частного бизнеса (например, государственно-частного партнерства, проектного и программного управления, индикативного планирования) и приводить к формированию кластеров.

Вторым аспектом кластеризации отечественной промышленности являются процессы формирования в начале 90-х гг. прошлого века двух типов промышленных кластеров, в основном ориентированных на высокие технологии. В области электроники образовывались региональные кластеры на основе промышленных сетей в Московском регионе, в Воронежской области, в г. Калуга, г. Новосибирске и г. Саратове. Окончательное формирование их структуры по организационно-экономическим причинам не было завершено. Они утратили конкурентные преимущества и практически распались к концу 90-х гг. Данные кластеры со временем утратили инновационные стратегии, потеряли высококвалифицированные

кадры, а трансформационные процессы привели и к потере социального капитала [3]. По региональному принципу создавались также центры ядерной промышленности («закрытые города»), сегодня потерявшие свое первоначальное стратегическое значение, но сохранившие основную технологическую базу. Атомная промышленность в настоящее время, может рассматриваться как внепространственный кластер, в котором ключевые функции принадлежат государству, реализуемые через корпорацию «Росатом». Второй тип кластеров складывался в основном в области оборонного машиностроения и представлял собой образования, созданные командно-административным путем на принципах проекта производственного комплекса, в последующем сформировавшие промышленные сети. Со временем они сузились до форм производственной кооперации. Такие кластеры обеспечивали высокое качество отечественного оружия и сегодня востребованного в мире. Инновационная деятельность этого типа кластеров финансируется за счет государства и совместных работ с Индией, Китаем и рядом других стран. Объем производства гражданской продукции в данных кластерах незначителен. Исследование их структуры и функционирования затруднено отсутствием доступной и объективной информации по причинам секретности.

Третий аспект кластеризации промышленности России характеризуется тем, что нефтегазовый кластер становится доминирующей ее частью, а самые сильные экспортные позиции в настоящее время складываются только в сфере добычи и переработки природных ресурсов в четырех промышленных кластерах: производстве и переработке нефти и газа, угля, металлов и древесины. Анализ показывает, что неплохие конкурентные позиции складываются в отечественном строительном кластере, в электроэнергетике и производстве энергетического оборудования. В ряде исследований [4] в нашей стране были выявлены сравнительные преимущества в шести категориях промышленных кластеров: нефте- и газопродукты, уголь и угольные брикеты, производство металла, лесоматериалы, строительство, электроэнергетика и энергетическое оборудование. По оценке зарубежных экспертов четырех из них (нефте- и газопродукты, уголь и угольные брикеты, производство металла, лесоматериалы) имеют очень высокую степень конкурентоспособности на мировом рынке. Анализ кластерной специализации российского экспорта показывает, что происходит утрата доли рынка во многих кластерах как в сфере добычи и переработки природных ресурсов, так и за ее пределами, в том числе в ряде наиболее значимых экспортоориентированных кластеров. Исключениями являются уголь и угольные брикеты, строительство, лесоматериалы, мебель, а также транспорт и логистика. Экспортный портфель промышленных кластеров России имеет две ключевых особенности. Во-первых, почти не существует связей между четырьмя кластерами, зани-

мающими сильную конкурентную позицию. Следствием этого является ограничение возможностей взаимного дополнения этих кластеров и затруднения в создании подлинно уникального положения на рынке. Во-вторых, четыре кластера имеют слабые связи с другими кластерами. Это ограничивает возможности увеличения экспорта кластеров за счет расширения смежных, где могут быть использованы существующие навыки и компетенции. Однако, кластер промышленное оборудование и технологии связан с двумя кластерами, в которых в настоящее время сильные позиции. Это свидетельствует о наличии возможностей для роста масштаба производства промышленного оборудования и использования этого производства в качестве укрепляющего элемента в развитии российских промышленных кластеров. Следовательно, в области производства и переработка нефти и газа, угля, металлов и древесины имеются нереализованные возможности для роста в связанных кластерах и пересекающихся субкластерах.

Четвертый аспект кластеризации промышленности России заключается в динамичных процессах формирования региональных промышленных кластеров. Первой попыткой их идентификации и поддержки организации было, реализованное в 2000 г., совместное российско-финское исследование потенциально конкурентоспособных отраслей в рамках проекта «Долгосрочная стратегия развития экономики Санкт-Петербурга». В результате были идентифицированы 8 потенциальных промышленных региональных кластеров: энергетическое машиностроение, судостроение, пищевой, транспортный, деревообработка, информационные технологии, оптическое приборостроение, металлургический. Однако, идентификацией кластеров исследование ограничилось. Поддержка их развития по экономическим причинам осуществлена не была. Только в 2008 г. началась разработка «Концепции кластерной политики Санкт-Петербурга», плана по ее реализации и проектов пилотных инновационных кластеров [5]. Примечательно, что и в 2000 г. и в 2008 г. учитывался опыт развития кластеров Финляндии, который, несомненно, имеет особое значение для экономики промышленности северо-западного региона России. По нашему мнению, в этом регионе складываются реальные предпосылки для формирования и развития отечественных кластеров, по отраслевой специализации аналогичных финским, но по своим масштабам и потенциалу способных существенно превосходить их. С конца 2003 г. в России реализуется проект по организации промышленных кластеров по типу итальянских промышленных округов, который привел к практическим результатам в формировании потенциальных кластеров в ряде регионов (Пермский край; Московская, Липецкая, Ленинградская, Свердловская области; Республика Мордовия и Татарстан). Однако, реализация итальянской модели в условиях России, по мнению экспертов, ограничена возможностями расширения

взаимодействия малого и среднего производственного предпринимательства. При этом, экспансия итальянских компаний на российские рынки и привлечение итальянских и европейских поставщиков, неоднозначно оценивается специалистами. По нашему мнению, сегодня это сужает возможности для использования продукции российских предприятий для комплектации производимых товаров. Необходимо также отметить, что процессы формирования кластеров в регионах России находятся на начальном этапе, и, по нашему мнению, пока не принесли значительных экономических результатов. Поэтому, использование итальянского опыта по созданию промышленных округов является перспективным для российской промышленности.

Активизация процессов идентификации и поддержки формирования региональных промышленных кластеров в России была инициирована в 2005-2006 гг. рядом мероприятий по разработке и принятию Программы социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006-2008 годы). Во многих регионах на пути следования новой экономической стратегии развития, рекомендованной «сверху», впервые перешли к конкретным действиям. Были образованы рабочие группы по формированию промышленных кластеров в Самарской области, как пилотном регионе. В качестве приоритетных кластеров, получивших поддержку в ней, были избраны автомобильный, авиационно-космический, нефтехимический, строительный и транспортно - логистический кластеры. В 2005 г. Саратовская область стала пилотным регионом в российско-канадской программе обменов и консультаций в области управления (GAEP), значительная часть которой посвящена кластеризации промышленности. В области были выявлены несколько устойчивых, латентных и потенциальных кластеров, определена их структура. Процессы формирования кластеров в 2006-2008 гг. развивались и в других регионах.

Характеристика выявленных аспектов кластеризации промышленности показывает, что формирование промышленных кластеров в России значительно затруднено следующими обстоятельствами. Во-первых, узкими экспортными возможностями отечественной промышленности в целом, доминирующим положением отраслей сферы добычи и переработки природных ресурсов, наличием отраслей (подотраслей) не охваченных процессами кластеризации. Во-вторых, при потенциальных возможностях для укрепления, отечественные промышленные кластеры остаются в настоящее время экономически и организационно слабыми, с неустойчивой и фрагментированной структурой, что обусловлено отсутствием поддерживающих институтов, неэффективной системой производственного обеспечения, неразвитостью инфраструктурных организаций и специализированных институтов. В-третьих, ограниченными возможностями рас-

ширения взаимодействия малого и среднего производственного предпринимательства, слабым их развитием в целом. В-четвертых, не в полной мере используемым опытом лучших зарубежных практик организации и поддержки кластерных образований в промышленности. В-пятых, отсутствием объективных и системных исследований по их идентификации и оценке.

Список литературы:

1. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006; Enright M. J. Survey on the Characterization of Regional Clusters: Initial Results. Institute of Economic Policy and Business Strategy: Competitiveness Program, University of Hong Kong, 2000.
2. Рябченко Ю., Шестопапов А., Марков Л. Кластеры и отечественные традиции комплексобразования // Вестник Совета по национальной конкурентоспособности. 2007. – № 2 (14). – С. 87.
3. Производственная кооперация крупного и малого бизнеса // Центр международного частного предпринимательства (CIPE) при Торговой Палате США. – М., 2006. – С. 10.
4. Prof. Michael E. Porter, International Cluster Competitiveness Project, Institute for Strategy and Competitiveness, Harvard Business School, 2007; Портер М., Кетельс К., Дельгадо М., Брайден Р. Конкурентоспособность на распутье: направления развития российской экономики. – М.: ЦСР, 2007.
5. Кластеры Петербурга. – СПб.: Институт региональных инновационных систем, 2008.

СОБСТВЕННЫЕ ОБОРОТНЫЕ СРЕДСТВА: ЗНАЧЕНИЕ, ОЦЕНКА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ИМИ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИХ УПРАВЛЕНИЮ

© Жорник Л.В.*

Белгородский университет потребительской кооперации,
г. Белгород

Для многих организаций остро стоит проблема обеспеченности собственными оборотными средствами, в результате чего восполнять потребность в оборотном капитале приходится за счет дорогих и порой недоступных заемных источников. В статье рассмотрены сущ-

* Ассистент кафедры Финансов и кредита, аспирант второго года обучения специальности 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит»

ность собственных оборотных средств и приводится их авторская интерпретация, методы их исчисления, приводится оценка обеспеченности собственными оборотными средствами организаций потребительской кооперации, а также предложены рекомендации по управлению ими.

Особое значение в обеспечении бесперебойного процесса производства и реализации продукции, а также осуществлении расчетов в установленные сроки, играют собственные средства предприятия, которые используются для формирования как внеоборотных, так и оборотных активов. Поэтому в составе источников формирования оборотных средств ведущую роль признаны играть собственные оборотные средства, обеспечивающие имущественную и оперативную самостоятельность предприятия, столь необходимую для рентабельной работы.

Под собственными оборотными средствами, на наш взгляд, следует понимать часть собственных средств предприятия, авансированных для формирования и эффективного использования оборотных средств, с целью непрерывности и ритмичности процесса производства и реализации продукции.

В экономической литературе в настоящее время существует различные точки зрения на порядок расчета собственных оборотных средств, где мнения авторов расходятся. Среди отечественных экономистов наибольшее распространение получила методика расчета собственных оборотных средств, в которой их величина определяется как разность между собственным капиталом предприятия и внеоборотными активами. Так, Гаврилова А.Н. отмечает, что «величина собственных оборотных средств определяется как разность между итогом раздела III пассива баланса и итогом раздела I актива баланса (собственный капитал минус внеоборотные активы)» [4]. Такой же точки зрения придерживается и В.Н. Незамайкин, который отмечает, что собственные оборотные средства «... находятся в постоянном движении, их недостаток может привести к сбоям в производственно-коммерческой деятельности, а излишнее количество ведет к неэкономному использованию ресурсов, замедлению оборачиваемости оборотных средств» [5]. Некоторые авторы при использовании этого способа расчета величины собственных оборотных средств считают, что размер данного показателя будет завышен и его необходимо корректировать как минимум на величину убытков предприятия. Так, методика А.И. Ковалева и В.П. Привалова [3] заключается в уменьшении размера собственных оборотных средств на суммы дебиторской задолженности, платежи по которой ожидаются через 12 месяцев, задолженности участников по взносам в уставный капитал и убытков. В свою очередь, А.Д. Шерemet и Р.С. Сайфулин рекомендуют предварительно произвести корректировку величины собственного капитала предприятия путем увеличения его на

суммы доходов будущих периодов, фондов потребления и резервов предстоящих расходов и платежей [2], ссылаясь на то, что в расчетах целесообразно применять ту часть собственного капитала, которая остается в распоряжении предприятия для финансирования оборотного капитала.

В практике финансового анализа некоторые авторы, зачастую, рассматривают показатель собственные оборотные средства как синоним чистому оборотному капиталу. К такому числу авторов можно отнести А.А. Володина, который отмечает, что «... сумма собственных средств, направляемых в оборотные активы, называется чистым оборотным капиталом, или собственными оборотными средствами...» [6]. Леонтьев В.Е. и Бочаров В.В. также рассматривают эти понятия как аналоги, понимая под собственными оборотными средствами «... разницу между оборотными активами и краткосрочными обязательствами, то есть это свободные денежные средства, постоянно действовавшие в обороте предприятия ...» [7]. Снитко Л.Т. и Красная Е.Н. отмечают: «собственный оборотный капитал ... еще называют собственными оборотными средствами, чистым оборотным капиталом, рабочим, работающим капиталом, чистыми текущими активами» [8] и определяют величину собственного оборотного капитала как разность текущих активов и текущих обязательств. Аналогичной точки зрения придерживается Е.С. Стоянова [9].

Противоположной точки зрения, с которой мы полностью согласны, придерживается И.А. Бланк [1], который различает понятия «чистый оборотный капитал» и «собственные оборотные средства». Он под собственными оборотными средствами понимает ту их часть, которая сформирована за счет собственного капитала предприятия, а чистый оборотный капитал относит к той их части, которая сформирована за счет собственного и долгосрочного заемного капитала.

Вместе с тем, принципиальное отличие этих понятий состоит в том, что собственный оборотный капитал представляет собой величину собственного капитала, направленную на формирование оборотных активов, или возможность финансирования оборотных активов за счет собственного капитала, тогда как величина чистого оборотного капитала характеризует потребность в финансировании, связанную с превышением оборотных активов над краткосрочными обязательствами. Таким образом, по нашему мнению, расчет этих показателей следует производить следующим образом:

$$COC = AI - П IV - П V = П III - AI,$$

$$ЧОК = AI - П V = П III + П IV - AI,$$

где *COC* – собственные оборотные средства;

ЧОК – чистый оборотный капитал;

AI, AII, AIII, AIV, AV – соответствующие разделы актива и пассива баланса.

Необходимо отметить, что разница между показателями «собственные оборотные средства» и «чистый оборотный капитал» состоит в величине долгосрочных обязательств предприятия. Величина этих показателей будет совпадать лишь только в том случае, когда предприятие не использует долгосрочного заемного капитала для финансирования оборотных средств. Таким образом, при расчете величины собственного оборотного капитала принципиальное значение имеет целевое назначение долгосрочных кредитов и займов, которые по своей сути связаны с финансированием основных средств.

В результате того, что собственные оборотные средства, характеризующие состояние оборотных средств и состояние организации в целом, то возникает необходимость оценки достаточности собственного оборотного капитала для сохранения финансовой устойчивости организации. Нами в табл. 1 выполнена оценка обеспеченности собственными оборотными средствами кооперативных организаций Белгородского облпотребсоюза.

Таблица 1

Оценка обеспеченности собственными оборотными средствами
организаций потребительской кооперации
системы Белгородского облпотребсоюза за 2005-2007 гг.

Годы	Всего Белгородский ОПС	в том числе:			
		Алексеевское райпо	Вейделевское райпо	Прохоровское райпо	Чернянское райпо
Собственные оборотные средства, тыс. руб.					
2005	-16090	5312	1182	7395	-2723
2006	-9474	4612	3078	6361	-3849
2007	-7293	6559	37	3334	-15442
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (> 0,1)					
2005	-0,68	0,34	0,08	0,48	-0,18
2006	-0,04	0,26	0,18	0,34	-0,22
2007	-0,02	0,30	0,002	0,16	-1,02
Коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами (0,5-0,8)					
2005	-0,09	0,52	0,11	0,53	-0,20
2006	-0,04	0,36	0,23	0,39	-0,24
2007	-0,03	0,41	0,002	0,25	-1,16
Коэффициент маневренности (>0,5)					
2005	-0,06	0,30	0,10	0,27	-0,23
2006	-0,04	0,25	0,23	0,22	-0,32
2007	-0,03	0,27	0,002	0,12	-1,26

Из таблицы видно, что по Чернянскому райпо и в целом по Белгородскому облпотребсоюзу наблюдается недостаток собственных оборотных средств, что свидетельствует о том, что оборотные средства в основном формируются за счет заемных источников, а за счет собственного капитала формируется только незначительная часть внеоборотных активов. Одной из особенностей организаций потребительской кооперации является их сезонный характер, и это обстоятельство влияет на нестабильную потребность в оборотных средствах и источники их формирования. По остальным районным потребительским обществам наблюдается наличие собственных оборотных средств, необходимые для его финансовой устойчивости. Если рассматривать коэффициент обеспеченности запасов собственными оборотными средствами, то можно отметить, что запасы не в полной мере покрыты собственными источниками и с каждым годом все больше нуждаются в привлечении заемных средств. Как видно из табл.1, в среднем, около 20 % собственных средств организаций потребительской кооперации вложено в наиболее маневренные активы, чего недостаточно, ведь, в случае изменения кредитной политики банка финансовое состояние кооперативных организаций находится под угрозой его ухудшения.

Недостаток собственных оборотных средств – это характерная черта многих кооперативных организаций, который вынуждает организации потребительской кооперации прибегать к банковским кредитам. В связи с этим, в системе потребительской кооперации все шире практикуется особый источник пополнения оборотных средств – привлечение займов населения, которые являются одним из наиболее привлекательных источников формирования оборотных средств, так как, процентные ставки по таким займам, как правило, ниже, чем соответствующие ставки коммерческих банков.

Восполнение недостатка собственных оборотных средств возможно достичь путем сокращения текущих финансовых потребностей организации и увеличением собственных оборотных средств [3]. Увеличение собственных оборотных средств возможно за счет: наращивания собственного капитала (увеличение собственного капитала, увеличение нераспределенной прибыли и резервов, повышение рентабельности при помощи контроля затрат и агрессивной коммерческой политики); увеличения долгосрочных заимствований; уменьшения иммобилизации средств во внеоборотных активах. Уменьшение текущих финансовых потребностей, в свою очередь делает необходимым совершенствование управления оборотными средствами (запасами, дебиторской задолженностью, денежными средствами), регулирование кредиторской задолженности, ускорение оборачиваемости текущих активов.

Поскольку данная проблема является достаточно острой для многих организаций, особенно в условиях их кризисного состояния, необходимо

разработать основные рекомендации по эффективному управлению собственными оборотными средствами, которые предполагают: определение рациональных размеров оборотных средств и мониторинг за обеспеченностью предприятия собственными оборотными средствами; рациональное соотношений между собственными и заемными источниками финансирования пополнения оборотных средств и обеспечение ими пополнения недостатка и прироста оборотных средств до рациональных размеров; выявление наиболее существенных факторов и планирование их влияния на обеспеченность собственными оборотными средствами.

Список литературы:

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. Т. 1. – К.: Ника-Центр, 1999.
2. Владимировна И.Ю. Управление оборотным капиталом организаций потребительской кооперации в агропромышленном производстве: Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Чебоксары, 2004. – 180 с.
3. Егорова А.В. Совершенствование процесса формирования оборотных средств в промышленности региона с использованием кредитного механизма: Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Апатиты, 2001. – 133 с.
4. Гаврилова А.Н. Финансы организаций (предприятий): учебное пособие / А.Н. Гаврилова, А.А. Попов. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2006. – 576 с.
5. Незамайкин В.Н. Финансы организаций: менеджмент и анализ: Учебное пособие. 3-е издание / В.Н. Незамайкин, И.Л. Юрзинова. – М.: Эксмо, 2007. – 528 с. – (Высшее экономическое образование).
6. Управление финансами (финансы предприятий): Учебник / А.А. Володин и др. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 504 с. – (Высшее образование)
7. Леонтьев В.Е., Бочаров В.В., Радковская Н.П. Финансовый менеджмент: Учебник. – М.: «ООО Издательство Элит», 2005. – 560 с.
8. Снитко Л.Т., Красная Е.Н. Управление оборотным капиталом организации. – М.: Издательство РДЛ, 2002. – 216 с.
9. Финансовый менеджмент: теория и практика: Учебник / Под ред. Е.С. Стояновой. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Перспектива», 2002. – 656 с.

КУЛЬТУРА ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

© Круг Э.А.*

Московская Академия Предпринимательства при Правительстве
Москвы, Благовещенский филиал, г. Благовещенск

В работе рассмотрены элементы культуры обслуживания потребителей. Выявлены условия для формирования высокой культуры обслуживания торговых предприятий, что будет способствовать повышению конкурентоспособности предприятий на рынке.

В современных условиях развития каждое розничное предприятие торговли старается создать особый имидж на рынке, который отличался бы от аналогичных конкурирующих предприятий. Особая роль при этом отводится культуре обслуживания потребителей.

Культура торгового обслуживания – это совокупность характеристик и условий процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом и этикой обслуживающего персонала [2].

Покупатель судит о работе торгового предприятия по тому, как его обслужили, сколько времени он затратил на покупку, насколько вежлив был продавец и как четко объяснил ему особенности эксплуатации той или иной продукции.

Разные авторы в области рыночных исследований предлагают различный набор факторов, определяющих конкурентоспособность предприятия. По мнению автора, культура обслуживания один из микроэкономических факторов, влияющих не только на имидж торгового предприятия на рынке, но и в значительной степени на его конкурентоспособность, анализ которого позволяет определить стратегию развития предприятия.

Многие руководители торговых предприятий применяют различные методы для оценки культуры обслуживания: проведение аттестаций с целью выявления компетенции обслуживающего персонала; проведение опроса потребителей; применение методов «Mystery Shopping» (таинственный покупатель) и «Service Quality Index» (анализ качества услуг); анализ записей в книге отзывов и предложений и т.д. Однако по отдельности эти методы не могут четко определить уровень культуры обслуживания, сложившейся на торговом предприятии.

* Старший преподаватель кафедры Менеджмента

Для полноценной оценки культуры обслуживания необходимо использовать определенную систему показателей, позволяющих определить уровень обслуживания и в дальнейшем рассчитать конкурентоспособность предприятия на рынке.

Схема предлагаемой методики комплексной оценки культуры обслуживания потребителей, представлено на рис. 1 [3, 4].

Таблица 1

Методика комплексной оценки культуры обслуживания потребителей

Наименование показателя	Весомость (gi)		Определение показателя	Методика расчета	
Оценка устойчивости ассортимента (Ку)	g ₁	0,30	Устойчивость ассортимента – способность набора товаров удовлетворить спрос на одни и те же товары. Особенность таких товаров – наличие устойчивого спроса на них.	$Ky = \frac{Y}{N}$	У – количество видов и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом; N – общее количество видов товаров в магазине.
Оценка дополнительного обслуживания (Кд)	g ₂	0,10	Услуги, находящиеся за пределами основных функций магазина, связанные с продажей товаров	$Kd = \sum_{i=1}^n \frac{Yc}{Yn}$	Ус – число услуг, предусмотренных перечнем для данного типа предприятий; Уп – число видов дополнительных услуг, оказываемых покупателям.
Оценка затрат времени на обслуживание (Кз)	g ₃	0,15	Затраты времени на обслуживание складываются из замеров, произведенных в часы «пик» методом хронометража (следует проводить не менее 20 замеров). Примерные элементы обследования: примерка, расчет, консультация.	$Kz = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{3\phi}{n}}{3o}$	Зф – фактические затраты времени покупателей; п – количество замеров; Зо – оптимальные затраты времени покупателей, согласно установленного перечня для данного типа предприятий.
Оценка компетентности обслуживающего персонала (Кк)	g ₄	0,15	Оценивается покупателями (или по итогам аттестации) по уровню знаний обслуживающего персонала, точности расчета за покупку.	$Kk = \frac{\sum_{i=1}^n R + K}{\Theta}$	R – точность расчета за покупку; K – качество знаний (оказанных консультаций); Θ – эталонное значение всех показателей.
Оценка культуры обслуживания (с точки зрения покупателей) (Ко)	g ₅	0,10	Определяется по результатам опроса покупателей (в анкету включается вопрос, о удовлетворенности покупателей культурой обслуживания). Оценивается по показателям: вежливость, внимательность, внешний вид, пр.	$Ko = \frac{L}{N}$	L – количество покупателей, оценивших положительно культуру обслуживания в магазине; N – общее количество покупателей, принявших участие в опросе.
Оценка завершенности покупок (Кп)	g ₆	0,20	Проводится путем подсчета количества покупателей совершивших покупки к общему количеству покупателей за период	$Kn = \frac{Nn}{N}$	Nп – количество человек осуществивших покупки в магазине; N – количество вошедших в магазин человек
Итого	1,00		---	---	---

Коэффициенты весомости показателей рассчитываются по формуле:

$$q_i = \frac{\sum_{j=1}^m R_{ij}}{\sum_{i=1, j=1}^{n, m} R_{ij}},$$

где R_{ij} – ранг i -го объекта экспертизы данный j -м экспертом.

Исследование значений показателей весомости проводилось путем ранжирования мнения потребителей в ходе опросов на Благовещенских торговых предприятиях.

С учетом всех показателей можно вывести общую формулу, определяющую уровень культуры обслуживания покупателей:

$$K_{обсл} = K_y \times g_1 + K_d \times g_2 + K_z \times g_3 + K_k \times g_4 + K_o \times g_5 + K_n \times g_6,$$

На основании полученных расчетов можно отнести торговое предприятие к одной из следующих групп:

- с высоким уровнем обслуживания – 1-0,91;
- с хорошим уровнем обслуживания – 0,90-0,81;
- с удовлетворительным уровнем обслуживания – 0,80-0,71;
- с низким уровнем обслуживания < 0,70.

По результатам обследования необходимо разрабатывать необходимые мероприятия, способствующие повышению культуры обслуживания, после внедрения которых необходимо через определенное время еще раз провести оценку культуры обслуживания.

Подставив полученный показатель в формулу предложенную Белоусовым В.Л. итоговый показатель конкурентоспособности торгового предприятия будет рассчитываться следующим образом:

$$K_n = \frac{\sum_{j=1}^n K_{nj}}{n} \times K_{обсл},$$

где K_{nj} – коэффициент конкурентоспособности j -го продукта;
 n – количество реализуемых продуктов фирмой [1].

Для повышения конкурентоспособности торгового предприятия через развитие культуры обслуживания на торговых предприятиях необходимо создаваться комфорт для покупателей, как во время совершения покупки, так и после этого. Основными признаками комфортности являются: сокращение времени на ориентацию покупателей в магазине, выборе и по-

купки товаров, создание таких условий для выбора товара, при которых покупатель остался бы доволен сделанными покупками.

Список литературы:

1. Белоусов В.Л. Оценка конкурентоспособности фирмы (на примере ООО «Каскад»). // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 6. – С. 109-118.
2. ГОСТ Р 51303-99 торговля. Термины и определения. – М.: ГОССТАНДАРТ России, 1999.
3. Винчук О.Ю., Куприянова Л.К. Культура торгового обслуживания. – Вл.: Изд-во ТГЭУ, 2005. – 132 с.
4. Колборн Р. Мерчандайзинг / Пер. с англ. под ред. И.О. Черкасовой. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2002. – 416 с.
5. Платонов В.Н. Организация торговли. – Мн.: БГЭУ, 2002. – 287 с.

МЕРЫ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКОВ НЕФТЕПРОДУКТООБЕСПЕЧЕНИЯ

© Логвинова Е.П.*

Орловский государственный технический университет, г. Орёл

Статья посвящена одному из наиболее актуальных вопросов экономической политики государства – проблеме антимонопольного регулирования сферы нефтепродуктообеспечения и цен на горюче-смазочные материалы.

Проблема антимонопольного регулирования рынков нефтепродуктообеспечения и цен на горюче-смазочные материалы (ГСМ) является одной из первостепенных задач российской экономики на современном этапе развития.

Автомобильное топливо – один из важнейших продуктов, необходимых для жизнедеятельности современного общества. Автомобильное топливо – второй по значимости, после электроэнергии, производный энергоресурс, существенно влияющий на ценообразование в производстве различной продукции и, следовательно, на общеэкономическую ситуацию в стране.

В настоящее время на товарных рынках топлива Российской Федерации не наблюдается должная прозрачность, отсутствие которой зачастую

* Ассистент кафедры «Государственное управление и финансы»

приводит к неконтролируемым скачкам цен и невозможности сдерживания их роста рыночными методами, неподконтрольным доходам многочисленных посредников и невозможностью свободного приобретения нефтепродуктов по рыночным ценам независимыми АЗС [1].

Основной причиной роста цен на нефтепродукты является высокая степень экономической концентрации оптовых и розничных рынков топлива. Факт наличия крупных хозяйствующих субъектов, занимающих на рынке долю свыше 65 %, способных оказывать влияние на состояние конкурентной среды и осуществлять ценовую дискриминацию, а также усиление процессов монополизации в сфере нефтепродуктообеспечения указывает на несовершенство механизма конкуренции рынков топлива в современных условиях.

Демонополизация рынка топлива является важной и неотъемлемой составной частью экономической политики государства, направленной на создание эффективной рыночной экономики. Государственная конкурентная политика в современных условиях является одним из важнейших инструментов государственного управления экономическими процессами, направленными на формирование высокоэффективного механизма функционирования рынка. Разрабатываемая государством антимонопольная политика должна включать меры экономического и административно-правового воздействия.

Каждая группа мер предполагает применение определенных инструментов и механизмов, позволяющих государству воздействовать на рынок топлива в целях его оптимального функционирования. Естественно, государство должно не заменять рыночное саморегулирование, а дополнять и подкреплять своими действиями рыночные стимулы, ориентируя рынок на определенные цели. Другими словами, государство должно обеспечить сохранность рыночного механизма и эффективность его функционирования [2]. В первую очередь, конкурентная политика государства должна быть направлена на создание условий для устойчивого экономического роста и улучшения экономической ситуации на рынках топлива, развитие конкуренции и устранение препятствий, сдерживающих предпринимательскую активность, устранение причин, способствующих росту монополизации рынка нефтепродуктообеспечения и цен на топливо.

Положительный эффект развития конкуренции заключается не только в возможном прямом снижении цен на автомобильное топливо. Присутствие на одном рынке многих производителей и продавцов создает многообразие и соревнование различных вариантов решения существующих технических и хозяйственных проблем, порождает улучшение качеств и свойств продукции и услуг, расширяет опыт и информацию о возможностях производства и потребления.

Основные направления демополизации рынка нефтепродуктов должны содержать следующие цели:

1. снижение возможностей для злоупотреблений хозяйствующими субъектами монопольным положением, предотвращение нарушения хозяйствующими субъектами требований антимонопольного законодательства;

2. устранение административных барьеров, облегчение входа на рынки топлива новых участников, увеличение числа поставщиков и продавцов нефтепродуктов;

3. усиление ориентации поведения хозяйствующих субъектов на использование добросовестных методов конкуренции, на повышение эффективности их деятельности, на снижение затрат и цен, на удовлетворение спроса потребителей;

4. повышение степени равенства условий функционирования хозяйствующих субъектов на рынках топлива, улучшение делового климата в регионах [1].

Реализация государственной конкурентной политики в сфере нефтепродуктообеспечения сталкивается с объективными сложностями, обусловленными относительно короткими сроками формирования конкурентной среды, быстрым развитием экономических процессов концентрации на данном рынке и слабостью традиционных систем мониторинга. Рынок нефтепродуктов в силу своей стратегической и социальной значимости должен являться объектом пристального внимания как со стороны федеральных, так и региональных органов власти.

Группа мер экономического воздействия включает в себя ценовые, налоговые, кредитные, финансовые, бюджетные, и инвестиционные механизмы. Меры экономического воздействия относятся к косвенным методам демополизации экономики, основная цель которых – оказание регулирующего влияния на уровень цен.

Одним из наиболее действенных и гибких методов государственного воздействия на динамику цен на нефть и нефтепродукты на внутреннем рынке является система налогообложения в нефтяной отрасли. Наиболее существенное влияние на ситуацию на рынках нефти и нефтепродуктов оказывали и оказывают механизмы установления таможенных пошлин, порядок исчисления налога на добычу полезных ископаемых, порядок формирования и взимания акцизов на нефтепродукты. Задачи налоговой политики состоят в постепенном снижении налоговой нагрузки и осуществлении мер по ее оптимизации, что, в конечном счете, приведет к снижению цен на топливо.

Система налогообложения должна носить стимулирующий характер – заинтересовывать поставщиков в поставках нефтепродуктов на внутренний рынок, повышении качества выпускаемой продукции, инвестирова-

нии средств в развитие и внедрение новых перерабатывающих технологий, модернизацию основных средств и т.д. Реализация поставленных целей также будет способствовать и появлению на рынках новых хозяйствующих субъектов.

Главная задача поддержания и развития конкуренции, и, следовательно, развития процесса демонополизации рынков топлива состоит в создании таких экономических условий, которые позволили бы обеспечить всем участникам хозяйственной деятельности равную свободу вне зависимости от форм собственности, масштаба производства и сбыта продукции, места расположения хозяйствующего субъекта. Решение этой задачи подразумевает упрощение процедуры регистрации новых хозяйствующих субъектов, облегчение процедуры выделения земельных участков под строительство АЗС, емкостей для хранения нефтепродуктов и т.д. Главным принципом этого направления является гласность, открытость и прозрачность всех действий, осуществляемых государственными органами власти. При этом следует считать противозаконными меры любых органов и должностных лиц, предусматривающие прямую дискриминацию или ограничение самостоятельности и свободы выбора отдельных хозяйствующих субъектов [2].

Целью реализации данного направления демонополизации является расширение и конкретизация информации о состоянии товарных рынков топлива и условий предпринимательской деятельности, способах, процедурах и последствиях их регулирования. В рамках данного направления необходима разработка систем мониторинга состояния конкурентной среды на рынках нефтепродуктообеспечения, что будет способствовать более эффективному контролю со стороны государственных органов власти.

Конечным результатом реализации вышеуказанных направлений демонополизации сферы нефтепродуктообеспечения является снижение оптовых и розничных цен на топливо, улучшение удовлетворения потребностей населения и предприятий в предоставляемых услугах за счет качества и разнообразия их предложения на рынке, улучшение состояния конкурентной среды сферы нефтепродуктообеспечения и эффективности функционирования всего рыночного механизма.

Список литературы:

1. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы // Internet resource: [http:// www.fas.gov.ru](http://www.fas.gov.ru).
2. Государственное регулирование экономики. Учебное пособие / Под общ. ред. Г.Н. Власова, А.М. Желтова. – Н.Новгород: Изд-во Волго-Вятской академии государственной службы, 1998. – 245 с.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ РИСКОВ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

© Лубков В.А.^{*}, Волгин С.В.[♦]

Воронежский государственный аграрный университет
им. К.Д. Глинки,
Воронежский государственный университет, г. Воронеж

Исследование предпринимательских рисков, их учет в процессе принятия управленческих решений, а также оценка влияния на хозяйственные процессы играет важную роль, позволяя избежать или минимизировать экономические потери. Основные средства – основа производственного потенциала коммерческой организации, а их формирование и использование связаны с возникновением разного рода рисков технологической, производственной, экономической и экологической природы. В статье осуществлена попытка систематизации подобных рисков и обоснования подходов к их анализу.

Анализ многочисленных определений риска позволяет выявить основные моменты, которые являются характерными для рискованной ситуации, такие как:

- случайный характер события, который определяет, какой из возможных исходов реализуется на практике;
- наличие альтернативных решений;
- известны или можно определить вероятности исходов и ожидаемые результаты;
- вероятность возникновения убытков;
- вероятность получения дополнительной прибыли.

Таким образом, риск, по мнению М.Г. Лапуста и Л.Г. Шаршуковой [2], есть опасность потенциально возможной, вероятной потери ресурсов или недополучения доходов по сравнению с вариантом, который рассчитан на рациональное использование ресурсов в данном виде предпринимательской деятельности.

Между тем, повсеместно отмечается, что при определенных вариантах предпринимательских проектов существует не только опасность не достичь намеченного результата, но и вероятность превысить размер ожидаемых экономических выгод. Таким образом, риск характеризуется соче-

^{*} Старший преподаватель кафедры Статистики и анализа хозяйственной деятельности, канд. экон. наук

[♦] Соискатель кафедры Экономического анализа и аудита

танием возможности достижения как нежелательных, так и особо благоприятных отклонений от запланированных результатов.

В литературе [1, 2] наиболее часто рассматриваются следующие виды предпринимательских рисков:

- политический риск;
- производственный риск;
- коммерческий риск;
- финансовый риск;
- технический риск;
- отраслевой риск;
- инновационный риск.

Часть из данных рисков непосредственно связаны с использованием производственного оборудования и других видов основных средств, что продемонстрировано в табл. 1.

Таблица 1

**Влияние использования основных средств
на отдельные виды предпринимательских рисков**

Вид предпринимательского риска	Содержание риска	Роль основных средств в данном риске
1. Технический риск	Вероятность экономических потерь в результате отрицательных результатов НИР и ОКР, сбоев и поломок оборудования	Технический риск напрямую связан с формированием и использованием основных средств. Во-первых, большинство НИР и ОКР производственного назначения ориентированы на разработку более совершенных технологий, что предполагает создание соответствующих основных средств. Во-вторых, в процессе текущей эксплуатации основных средств возникает вероятность технического риска, как результата возможных поломок и потери функциональных качеств основных средств
2. Производственный риск	Вероятность экономических потерь в процессе производственной деятельности (неадекватное использование сырья, рост себестоимости и т.д.)	Производственные результаты деятельности компании во многом зависят от качества, производительности, степени изношенности и эффективности использования основных средств. Так, в частности, устаревшее и энергоемкое оборудование, при прочих равных условиях, будет увеличивать себестоимость и трудоемкость хозяйственных процессов, что, безусловно, увеличивает производственный риск
3. Коммерческий риск	Вероятность экономических потерь в процессе реализации продукции, товаров, работ и услуг	Влияние основных средств на коммерческий риск косвенное и проявляется, прежде всего, в транспортном обслуживании процесса отгрузки и передачи продукции от продавца к покупателю

Продолжение таблицы 1

Вид предпринимательского риска	Содержание риска	Роль основных средств в данном риске
4. Инновационный риск	Вероятность экономических потерь, возникающих при вложении средств в производство новых товаров и услуг	Одним из главных элементов инновация является использование современного высокопроизводительного и низкозатратного оборудования. Таким образом, риск может состоять в вероятности приобретения основных средств, не в полной мере отвечающих инновационным технологиям

В финансовой отчетности крупных российских компаний очень часто раскрывается информация о предпринимательских рисках. Так, к примеру, в отчетности ОАО «НЛМК» в разделе «Финансовые итоги» присутствует подраздел «Управление рисками». В годовом отчете за 2006 г. раскрывалась информация о следующих видах рисков: промышленные и имущественные, экологические, отраслевые, страновые, валютные, изменения процентных ставок и ухудшения ликвидности. По каждому из рисков описываются факторы, влияющие на его развитие, а также излагаются усилия компании по снижению рисков.

В контексте использования основных средств, наиболее актуальными являются промышленные и имущественные риски, экологические. Снижение промышленных рисков сопряжено с повышением надежности производственного оборудования, для чего на предприятии проводится большой объем профилактических мероприятий, направленных на предотвращение аварийных и опасных ситуаций на производстве. Для снижения экологических рисков проводится постоянный мониторинг химического состава выбросов в атмосферу и сброса сточных вод, уменьшение уровня воздействия на окружающую среду за счет ввода в эксплуатацию нового экологически безопасного технологического оборудования и модернизации существующего оборудования. Учитывая все вышесказанное, мы предлагаем собственную классификацию рисков, связанных с использованием основных средств промышленной коммерческой организации по четырем классификационным признакам: по времени, по степени влияния на результаты деятельности, по отношению к организации, по функциональному признаку (табл. 2).

Кроме этого, можно выделить и анализировать риски, связанные с формированием и использованием основных средств с точки зрения различных агентских групп коммерческой организации. Так, в частности, для собственников, рассматривающих основные средства как часть чистых активов организации, то есть тех активов, которые будут распределены между акционерами в случае ликвидации компании, риском будет являться потеря их стоимости. Если сказать по-другому, то риск для собствен-

ников будет тем выше, чем больше расхождение между балансовой и рыночной стоимостью основных средств.

Таблица 2

Классификация рисков, связанных с использованием основных средств

Классификационный признак	Содержание признака	Комментарии автора
1. По времени	Долгосрочные Краткосрочные	Долгосрочные риски, на наш взгляд, связаны со стратегическими планами по приобретению и модернизации оборудования на долгосрочную перспективу. Риск здесь заключается в вероятности принятия и реализации стратегических решений, не учитывающих всей совокупности внутренних и внешних факторов функционирования организации Краткосрочные риски состоят в снижении эффективности текущей эксплуатации основных средств
2. По степени влияния на результаты деятельности	Прямые Косвенные	Риски прямого воздействия оказывают непосредственное влияние на промежуточные и окончательные результаты деятельности (поломки оборудования, снижение производительности и эффективности использования основных средств) Косвенные риски формируют условия для снижения производственных и финансовых результатов (моральное устаревание оборудования)
3. По отношению к предприятию	Внешние Внутренние	Источником внешних рисков является окружающая среда организации и управление ими весьма затруднительно. К ним, в частности, можно отнести рост цен на производственное оборудование, запчасти, подрядные строительные и обслуживающие работы Внутренние риски связаны с формированием, размещением, использованием и управлением основными средствами в рамках коммерческой организации
4. По функциональному признаку	Технические Финансовые Экологические	Технические риски связаны с вероятностью снижения производительности машин и оборудования в результате физического и морального износа, устаревания технологий и т.п. Финансовые риски связаны с вероятностью снижения эффективности использования основных средств по операционным и географическим сегментам Экологические риски связаны с вероятностью превышения установленной нормами токсичности вредных выбросов в результате эксплуатации основных средств

Менеджмент фирмы рассчитывает на получение бонусов в результате эффективной работы. А поскольку основные средства являются важным звеном достижения внутрифирменной эффективности, следовательно, риск для менеджмента состоит в снижении производительности и результативности работы промышленного оборудования. Аналогичные риски несут инвесторы, ожидающие получить доход от вложенных средств и, в

том числе, в основной капитал. Для банка, кредитующего организацию, основные средства могут выступать в качестве объекта залога. Риск в данном случае заключается в потере функциональных качеств заложенных основных средств, их гибели, утрате или хищении. Действенным инструментом снижения указанных рисков является страхование.

Таким образом, предпринимательские риски, связанные с формированием и использованием основных производственных средств весьма разнообразны. Управление ими в условиях конкуренции и риска позволит повысить эффективность использования основных средств на всех стадиях производственно-коммерческого цикла.

Список литературы:

1. Ласкина Л.Ю. Современные аспекты классификации рисков при оценке деятельности производственного предприятия / Л.Ю. Ласкина, Е.И. Джеджелаева // Финансы и кредит. – 2007. – № 4. – С. 63-70.
2. Лапуста М.Г. Риски в предпринимательской деятельности / М.Г. Лапуста, Л.Г. Шаршукова. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 224 с.

СТРАТЕГИЧЕСКИ ОРИЕНТИРОВАННАЯ СИСТЕМА БЮДЖЕТИРОВАНИЯ

© Мархутова Е.В.*

Новосибирский государственный университет экономики
и управления, г. Новосибирск

В статье раскрыта необходимость стратегически ориентированной системы бюджетирования для управления предприятием в современных условиях. Для создания такой системы предложена интеграция оперативного бюджетирования и системы сбалансированных показателей.

Стратегия – это ключевой вопрос эффективности бизнеса. Роль стратегии, как единственного способа генерировать долгосрочную прибыль, сегодня уже признана. Соответственно весь инструментарий оперативно-го планирования и контроля должен быть нацелен на долгосрочные результаты.

Система бюджетирования традиционно понимается как система оперативного распределения финансовых ресурсов на предприятии с четкими

* Магистрант кафедры Финансов

операционными задачами управления экономикой предприятия в сбыте, материально-техническом обеспечении производственными расходами и т.д. В таком контексте бюджетирование предстает инструментарием, помогающим менеджменту достигать операционные цели. Консультанты указывают на ограниченность такого подхода от производственно-сбытовых смет, предлагая строить бюджетирование с ориентацией на стратегию.

Бюджет – это чисто финансовый термин, что часто предопределяет технологию бюджетирования, которая ориентирована на финансовые показатели. Современные подходы к управлению бизнесом доказывают, что управление компанией и планирование деятельности только на основании финансовых показателей является недостаточно эффективным. Во-первых, финансовые индикаторы отражают деятельность компании в прошлом, т.е. они являются «медлительными» индикаторами, которые не в состоянии проиллюстрировать реальную работу менеджеров в современном отчетном периоде и обеспечить адекватное руководство к действию. Во-вторых, излишний акцент при достижении и поддержании краткосрочных финансовых результатов приводит к излишнему инвестированию в решение краткосрочных проблем и недостаточное внимание долгосрочному созданию ценностей, которые способствуют росту в будущем (другими словами, существует разрыв между стратегической и оперативной деятельностью). В-третьих, развитие негативных тенденций в бизнесе может отразиться на значении финансовых показателей не сразу, а на той стадии, когда уже невозможно поправить ситуацию незначительными изменениями и необходимо решать глобальную проблему выживания компании [4].

В условиях жесткой рыночной конкуренции огромное значение имеет долгосрочное развитие, основными факторами которого являются грамотное стратегическое управление, эффективность бизнес-процессов, знания и квалификация сотрудников, способность организации удерживать и привлекать новых клиентов, корпоративная культура, поощряющая инновации и организационные улучшения, инвестиции в информационные технологии. Таким образом, модель финансового учета и планирования должна быть расширена за счет нематериальных и интеллектуальных активов компании [3].

Сбалансированная система показателей – BSC (Balanced Scorecard) – позволяет решить все вышеперечисленные задачи стратегического и тактического управления компанией. Основное назначение системы заключается в усилении стратегии бизнеса, ее формализации, проведении и донесении до каждого сотрудника компании, обеспечении мониторинга и обратной связи с целью отслеживания и генерации организационных инициатив внутри структурных подразделений. При этом обратная связь име-

ет стратегический характер, то есть определяется и отслеживается выполнение долгосрочных планов развития и работа компании в соответствии с установленной стратегией. Кроме того, в случае недостижения запланированных результатов работы в течение определенного периода (года, полугодия), пересматривается и уточняется не только оперативное управление компанией, но выбранная стратегия действия. Таким образом, система дает возможность заметить и исправить не только недочеты текущей деятельности, но и стратегические ошибки, которые при позднем обнаружении могут стоить компании очень дорого. На рис. 1 схематично показано сочетание стратегического планирования и бюджетирования. Важно отметить, что стратегия здесь формулируется, как гипотеза о том, чего собирается достичь предприятие, а бюджет должен помочь топ-менеджменту проверить эту гипотезу.



Рис. 1. Сочетание стратегического планирования и бюджетирования

Система целей и показателей BSC состоит из следующих 4 направлений [1].

Финансовое направление включает в себя финансовые критерии качества работы, указывающие, способствуют ли стратегии компании ее совершенствованию. Финансовые показатели служат главным ориентиром для координации всех направлений деятельности и создания единой системы их оценки и управления.

В потребительском направлении BSC компания обозначает те сегменты рынка и потребительские группы, в которых предстоит вести борьбу с конкурентами. Это направление дает возможность компании выстроить цепь основных оценочных характеристик выбранного сегмента потребительского рынка: определить стандарты удовлетворения потребительского спроса, привлечения новых потребителей, сохранения спроса, повыше-

ния уровня приверженности (лояльности) потребителей данной торговой марки, а также оценить рыночную стоимость предложения – основной индикатор состояния потребительского рынка, в том числе и всех перечисленных выше характеристик [2].

Направление внутренних процессов разрабатывается для оценки внутренней коммерческой деятельности организации. Менеджеры компании определяют те хозяйственные операции, которые играют важнейшую роль в удовлетворении интересов собственников и клиентов и разрабатывают программы деятельности исходя из задач-ориентиров и оценочных показателей финансовой и потребительской сферы BSC.

Направление обучение и рост включает цели и оценочные показатели их достижения в сфере переобучения, повышения квалификации кадров, создания благоприятного климата внутри коллектива, а также оценивает эффективность информационной системы компании. Финансовое, потребительское направление и оценка внутренних процессов определяют те показатели, в которых организация должна преуспеть. В направлении обучение и рост определяются те цели и показатели, которые будут способствовать достижению всех иных целей.

Таким образом, одним из основных условий эффективной системы планирования является взаимосвязь видения и стратегических целей компании с долгосрочным и краткосрочным планированием. Система текущего планирования не должна быть оторвана от долгосрочных планов и стратегии компании – реализация краткосрочных планов должна приводить к достижению стратегических целей и видения компании. Эффективной технологией сопряжения стратегических и тактических целей деятельности предприятия, работающего в системе бюджетирования, является сбалансированная система показателей (BSC – Balanced Scorecard). BSC дает возможность предприятию согласованно реализовывать процессы стратегического планирования и создания годового бюджета.

Список литературы:

1. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. – М.: Олимпбизнес, 2003.
2. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей. – М.: Олимп-бизнес, 2004.
3. Траченко М. «Тюнинг» для бюджетирования // Консультант. – 2006. – № 1.
4. Савчук В. «Стратегическое бюджетирование» (Директор, днепропетровский центр послеприватизационной поддержки предприятий, МИБ, Профессор, доктор технических наук) // <http://www.gaar.ru>.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ БЫТОВЫХ УСЛУГ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

© Мастихина О.Ю.*

Белгородский университет потребительской кооперации,
г. Белгород

В статье рассматриваются значение и тенденции развития сферы бытовых услуг организаций потребительской кооперации.

Основным приоритетом национального развития является повышение уровня и качества жизни населения. В сфере прямой ответственности государства – повышение реальных доходов и занятости населения, развитие рынка жилья, удовлетворение потребностей граждан в услугах образования, здравоохранения, культурном и духовном развитии, информации, досуге, социальном обеспечении. В Программе социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006–2008 гг.), утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 19.01.2006 № 38-р, задача реализации приоритетных национальных проектов в сфере здравоохранения, образования, обеспечения жильем населения, развития агропромышленного комплекса названа первоочередной на данный период [8].

За последние три десятилетия сфера услуг в экономике большинства стран мира заняла одно из лидирующих положений. В комплексе услуг, имеющих высокое социальное значение и непосредственно влияющих на качество жизни населения, особое место занимает сфера бытового обслуживания.

Значение бытовых услуг проявляется в том, что они ведут к сокращению труда в домашнем хозяйстве, увеличивают свободное время людей для отдыха и заработка денег, восстанавливают потребительские свойства изделий, находящихся в пользовании населения и экономят его денежные средства.

Сфера оказания услуг занимает в экономической жизни нашей страны все большее место. В ней, как правило, участвуют частные предприниматели, малые и крупные организации, которые могут оказывать услуги наряду с основным видом деятельности. Возрастает конкуренция за потребителя.

Бытовые услуги населению оказывают преимущественно малые предприятия, из которых основная часть сосредоточена в крупных городах,

* Аспирант кафедры Бухгалтерского учета

где выше покупательские способности населения, а, следовательно, имеется возможность для получения большей рентабельности. Развитие сферы услуг в средних, мелких городах и поселках, особенно на селе происходит гораздо медленнее.

За последнее десятилетие социальная ситуация на селе резко обострилась. Одной из наиболее острых социальных проблем является высокая степень расслоения населения по уровню доходов.

Среди субъектов процесса преодоления бедности потребительская кооперация занимает особое место. Миссия потребительской кооперации, которая из-за своей социальной направленности в научной литературе чаще обозначается как социальная миссия, – забота о пайщиках и удовлетворение их потребностей. Она вытекает из самого определения потребительской кооперации: «Потребительская кооперация – система потребительских обществ и их союзов разных уровней, созданных в целях удовлетворения материальных и иных потребностей их членов». Своеобразие деятельности организаций потребительской кооперации заключается в том, что она в основном осуществляется в сельской местности [1].

В настоящее время особая роль принадлежит такому виду социальной деятельности кооперативных организаций, как развитие сферы услуг на селе.

Сфера услуг потребительской кооперации получила развитие в Российской Федерации с принятием Программы развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2002 г. и Концепции развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2010 г. [2]. Поэтому вплоть до 1999 г. в статистических сборниках Центросоюза Российской Федерации отсутствует информация об объемах и видах услуг.

С 1999 г. организациями потребительской кооперации предоставлялся населению традиционный спектр бытовых услуг, таких как: ремонт и пошив одежды, обуви; раскрой тканей; ремонт и техническое обслуживание бытовой техники; техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств, машин и оборудования; ремонт и строительство жилья и других построек; ритуальные услуги; услуги фотоателье; услуги парикмахерских; услуги предприятий по прокату; ремонт и пошив швейных, меховых, кожаных изделий; услуги бань и душевых.

Кроме огромного количества бытовых услуг организации потребительской кооперации оказывают также услуги производственного и сельскохозяйственного назначения, услуги торговли и общественного питания, медицинские и санитарно-оздоровительные услуги, услуги системы образования и др.

На рис. 1 представлена доля бытовых услуг в совокупном объеме платных услуг системы потребительской кооперации в 2006 году.

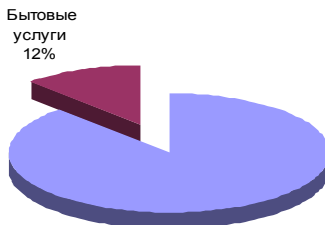


Рис. 1. Доля бытовых услуг в совокупном объеме платных услуг системы потребительской кооперации в 2006 году

Как показали исследования, за 2006 год бытовых услуг оказано населению на 540 млн. руб., это в 2 раза больше, чем в 2001 году (рис. 2). В потребительской кооперации оказание бытовых услуг относится к социальной деятельности, часть из них предоставляется по низким тарифам, часть бесплатно. Поэтому реальный объем оказанных населению услуг – это не только оплаченные 540 млн. руб., а в несколько раз больше, – по оценке экспертов, более 2 млрд. руб. [7].

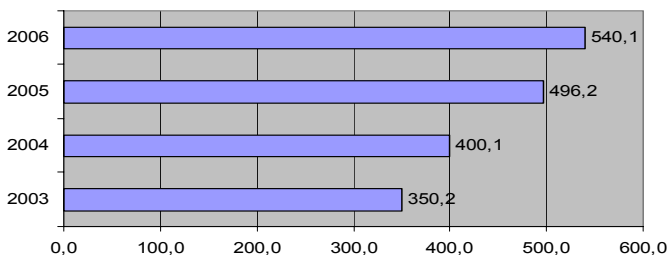


Рис. 2. Объем бытовых услуг населению реализованных в системе потребительской кооперации за 2003-2006 годы, млн. руб.

Следует отметить, в разрезе отдельных отраслей деятельности системы потребительской кооперации наблюдается тенденция более быстрого, по сравнению с другими отраслями, темпа роста реализации бытовых услуг населению (рис. 3).

Согласно данным, приведенных на рис. 3, темп роста объема реализации бытовых услуг в 2006 году по отношению к 2002 году составил 153,62 %, темп роста оборота общественного питания – 150,16 %, оборота розничной торговли – 144,93 %, закупок – 138,39 %, производства потребительских товаров – 111,74 %. Отмеченная тенденция свидетельствует о том, что именно сфера бытовых услуг развивается более быстрыми тем-

пами по сравнению с другими отраслями потребительской кооперации России, и является наиболее перспективным и динамично развивающимся видом деятельности.

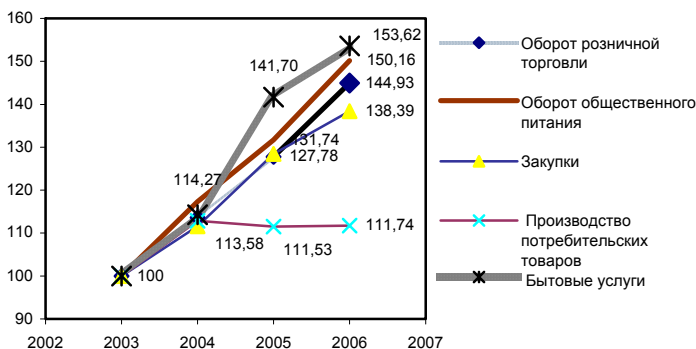


Рис. 3. Темпы роста отдельных отраслей хозяйственной деятельности организаций потребительской кооперации в действующих ценах к 2002 году, %

Количество предоставленных организациями потребительской кооперации сельскому населению услуг приближается к 300 тыс., их оказывается 146 видов. Тогда как еще 5 лет назад этих услуг практически не было.

Сельскому населению предоставлено 18 тыс. услуг по ремонту одежды, обуви и раскрою тканей (за 2006 год их количество увеличилось на 1,2 тыс.), 8,3 тыс. услуг по ремонту часов и бытовой техники, более 10 тыс. услуг по заточке инструментов, а также услуг по прокату, ремонту жилья, фотоуслуги. На конец 2006 года действуют более 2 тыс. парикмахерских, а всего парикмахерскими услугами обеспечиваются 7,7 тыс. населенных пунктов.

Особая организующая роль в расширении географии и перечня предоставляемых услуг, повышения их качества отводится Домам бытовых услуг потребительской кооперации.

На конец 2006 года уже имеется 263 Дома бытовых услуг, что говорит о создании комплексной системы бытового обслуживания на селе.

Таким образом, реализация социальной миссии, борьба с бедностью, развитие бытового обслуживания на селе стали неотъемлемой частью работы организаций потребительской кооперации. Социальный эффект от развития сферы бытовых услуг в сельской местности проявляется в более полном удовлетворении потребностей населения в бытовых услугах; снижения уровня безработицы на селе; увеличения свободного времени населения и экономии расходной части бюджетов домохозяйств; повышении уровня и качества жизни населения. Кроме того, развитие сферы услуг в

системе потребительской кооперации будет являться основой для ее финансового оздоровления и обеспечения конкурентоспособности в современных условиях.

Список литературы:

1. Адамов Н.А, Ларина Л.Б. Особенности налогообложения социально ориентированных некоммерческих организаций // Все о налогах. – 2007. – № 8.
2. Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2010 года. – М.: Центросоюз Российской Федерации, 2001. – 112 с.
3. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации России за 2003 год. Стат. Сборник. – М.: Центросоюз РФ, 2004. – 107 с.
4. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации России за 2004 год. Стат. Сборник. – М.: Центросоюз РФ, 2005. – 112 с.
5. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации России за 2005 год. Стат. Сборник. – М.: Центросоюз РФ, 2006. – 112 с.
6. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации России за 2006 год. Стат. Сборник. – М.: Центросоюз РФ, 2006. – 185 с.
7. Потребительская кооперация в 2006 году // Деловой вестник Российской кооперации. – 2007. – № 4. – С. 26-27.
8. Программа социально-экономического развития Российской Федерации на среднесрочную перспективу (2006-2008 годы). Распоряжение Правительства Российской Федерации от 19 января 2006г. № 38-р.
9. Россия в цифрах. 2007. Стат. сборник. / Госкомстат России. – М., 2007.

НЕОБХОДИМОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ ИНТЕГРИРОВАННОГО РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

© Можанова И.И.*

Поволжский государственный университет сервиса, г. Тольятти

Российский бизнес характеризуется высокой степенью неопределенности и непредсказуемости, что заставляет компании внедрять

* Старший преподаватель кафедры «Финансы и кредит»

систему оценки и управления рисками. Несмотря на то, что проблем, связанных с эффективным управлением рисками и внедрением риск-менеджмента, на предприятиях много, без обоснованного учета и оценки всех возможных рисков при принятии решений сегодня не обойтись. Осознание растущих рисков в бизнес-окружении предприятий, а также рост ответственности топ-менеджмента определяют необходимость интегрированного подхода к управлению рисками.

Вхождение отечественных предприятий в остроконкурентную среду мировой экономики, а также нарастание конкуренции на внутреннем рынке актуализируют проблему развития риск-менеджмента в России. Иностранные аналитики оценивают российские риски на 10-15 % выше, чем российские менеджеры, что определяет необходимость срочных мер для понижения рискованного имиджа России в глазах мировых инвесторов. Несмотря на насущную потребность в организации риск-менеджмента на отечественных предприятиях, существует ряд факторов, сдерживающих его развитие, о чем свидетельствуют результаты опроса, проведенного в 2006 г. Русским обществом управления рисками среди российских компаний (табл. 1) [1].

Таблица 1

Результаты опроса: «Факторы, сдерживающие развитие риск-менеджмента на российских предприятиях»

Факторы, сдерживающие развитие риск-менеджмента	Доля респондентов, %
Отсутствие квалифицированных специалистов в области риск-менеджмента	65,52
Отсутствие структурированной информации для анализа и мониторинга рисков	58,62
Отсутствие понимания у руководства потребности в риск-менеджменте	39,66
Система риск-менеджмента не входит в стратегические цели организации	37,93
Отсутствие национальных стандартов управления рисками	34,48
Высокие затраты на внедрение системы риск-менеджмента	22,41

Потребность многих предприятий в формировании системы риск-менеджмента в последние годы стала особенно очевидной. В связи с этим Комитет спонсорских организаций Комиссии Тредвея (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, COSO) совместно с компанией Price Waterhouse Coopers инициировал проект разработки принципов (единых правил) риск-менеджмента (Enterprise Risk Management – Integrated Framework) [4]. В соответствии с ними, эффективная система риск-менеджмента должна включать восемь основных компонентов:

- внутренняя среда, которая во многом определяет то, как риск будет выявлен, и какие решения будут приняты;
- цели компании – должны быть определены до выявления рисков. Риск-менеджмент должен обеспечить выполнение поставленных целей;
- выявление неблагоприятных событий, то есть всех событий, от которых зависит выполнение поставленных целей. Они должны быть проанализированы с позиции существования рисков;
- оценка риска – выявленные риски следует проанализировать с точки зрения вероятности наступления рискового события и возможного ущерба;
- реакция на риск – менеджмент должен для себя определить возможную реакцию на риск: исключить, снизить, принять или разделить риски;
- контроль бизнес-процессов, направленный на то, чтобы внутренние политики и процедуры гарантировали, что принятая стратегия реакции на риск эффективно реализуется при выполнении повседневных операций;
- информация и коммуникации – необходимая информация должна своевременно собираться, обрабатываться и передаваться сотрудникам, ответственным за управление рисками;
- мониторинг рисков – выявленные ранее риски необходимо постоянно контролировать и пересматривать при необходимости.

Осознание зарубежными и российскими менеджерами растущих рисков в бизнес-окружении, диктует необходимость интегрированного подхода к управлению рисками.

В соответствии с принципами, разработанными COSO, интегрированный риск-менеджмент можно определить как:

- непрерывный, динамично развивающийся процесс, охватывающий все сферы деятельности предприятия, в котором задействованы сотрудники на различных уровнях управления;
- инструмент, позволяющий предприятию достичь поставленных стратегических целей;
- технологию выявления, анализа всех возможных рисков и управления ими;
- способ страхования деятельности предприятия от возможных ошибок менеджмента или Совета директоров.

Необходимость внедрения интегрированной системы управления рисками в целом для любой крупной компании, которая собирается долго и эффективно функционировать на рынке, обусловлена рядом внешних факторов, таких как:

- колебания спроса и предложения на продукцию и потребляемое сырье;
- интеграционные процессы в бизнесе (слияния и поглощения);
- рост отраслевой конкуренции;
- возрастающая волатильность финансовых рынков;
- давление со стороны регулирующих органов;
- совершенствование механизмов корпоративного управления.

Интегрированная система управления рисками предусматривает необходимость учета рисков по всему спектру угроз бизнесу на основе унифицированных методик и алгоритмов.

Существенное отличие системы управления интегральным риском от широко известных за пределами России систем управления финансовым риском заключается, прежде всего, в комплексном подходе к оценке факторов риска всех видов деятельности предприятия, которые оно осуществляет в условиях постоянно изменяющейся бизнес-среды. Как показывает зарубежная практика, построение комплексной и эффективной системы управления рисками является сегодня одним из ключевых факторов коммерческого успеха организации. По результатам Европейского бенчмаркинга риск-менеджмента, проведенного консалтинговыми компаниями Ernst & Young и AXA Corporate Solutions в 2006 г., 32 % компаний осуществляют и координируют комплексный риск-менеджмент и 18 % – планируют к осуществлению в ближайшем будущем) [3]. В России ситуация противоположная – лишь 33 % предприятий готовы сотрудничать с организациями, специализирующимися в области риск-менеджмента, 57 % – не определились, 10 % – не видят необходимости в риск-менеджменте и сотрудничать с консалтинговыми фирмами отказываются [2].

В тоже время, интеграция российских предприятий в мировое экономическое пространство в условиях нестабильности международных и локальных рынков, рост конкуренции и высокий рисковый фон финансово-хозяйственной деятельности потребуют создания системы интегрированного риск-менеджмента, выступающего ключевым звеном в обеспечении качества стратегического планирования и, как следствие – конкурентоспособности предприятия на рынке.

Однако для любого предприятия существует ряд особенностей, связанных с пониманием необходимости создания интегрированной системы управления рисками в силу внутренних факторов.

Большинство российских промышленных предприятий осуществляют фрагментарное управление финансовыми рисками. Оценка и управление рисками, если и производится ими, то лишь в отдельных зонах, имеющих наиболее высокие уровни рисков. Процедуры и мероприятия, связанные с предупреждением риска, зачастую разрабатываются и внедряются специалистами риск-менеджмерами уже после появления «проблемы», т.е.

после свершившегося рискованного события (в случае неисполнения обязательств контрагентами, значительных потерь от курсовой разницы в отчете о прибылях и убытках компании и т.п.).

Хотя фрагментарный подход к управлению рисками имеет и определенное позитивное значение. Он позволяет показать эффективность подхода к принятию решений посредством анализа рисков в краткосрочной перспективе на примере конкретных реализованных проектов. Именно это позволяет осознать потребность в управлении рисками, начиная с конкретных исполнителей и заканчивая топ-менеджментом предприятия (так называемый подход «снизу-вверх»). Однако такой подход имеет ряд недостатков. Прежде всего, управление финансовыми рисками должно носить проактивный характер, а не осуществляться «ad hoc», то есть только во время рискованного события. Кроме того, риски взаимосвязаны и не могут быть разделены и управляться каждый сам по себе. Данный подход также не обеспечивает высший менеджмент организации, совет директоров и акционеров общими показателями рискованности бизнеса, необходимыми для реализации стратегии развития организации. Соответственно, он не дает возможности выстраивать долгосрочную стратегию управления рисками. Также фрагментарный подход не позволяет организовать постоянно действующий и формализованный процесс выявления (идентификации) рисков компании в меняющихся условиях и, соответственно, обосновать приоритеты в области управления рисками. При таком подходе, кроме того, отсутствует возможность предупреждать риски, которые на текущий момент еще не являются критическими, однако в будущем могут существенно повлиять на стабильность работы предприятия.

Интегрированный подход, напротив, обеспечивает снижение риска компании до приемлемого уровня, в пределах которого предприятие не только сможет рисковать без ущерба для стабильности его деятельности, но и использовать данный фактор в качестве одного из конкурентных преимуществ.

Список литературы:

1. Вашакмаждзе Т., Гребенюк А. Как финансовому директору управлять рисками // Финансовый директор. – 2006. – № 7-8.
2. Вяткин В.Н, Гамза В.А. Екатеринославский Ю.Ю., Иванушко П.Н. Управление рисками фирмы: программы интегративного риск-менеджмента. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 400 с.
3. Мировые тенденции развития риск-менеджмента. Создание комплексной системы управления рисками // Исследования Integrated Services group, 2006.
4. Построение корпоративной системы управления рисками // Финансовый директор. – 2005. – № 2.

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРИНИМАЕМЫХ РЕШЕНИЙ В СИСТЕМЕ КОНТРОЛЛИНГА

© Родина Е.Е.*

Мордовский госуниверситет им. Н.П. Огарева, г. Саранск

В статье рассматриваются подходы к формированию показателей оценки качества принимаемых решений.

Сущность контроллинга претерпевает значительные изменения, что находит отражение в многообразии его концепций. Под концепцией контроллинга понимают совокупность суждений о его функциональном разграничении, институциональном оформлении и инструментальной вооруженности в контексте целей предприятия.

Ученые предлагали свое видение сущности контроллинга, как:

- самостоятельной концепции (философии, функции);
- самостоятельного инструмента (подсистемы, вида экономической работы);
- понятия дублирующего уже существующие концепции или функции управления.

Однако, учитывая то, что для эффективного функционирования системы контроллинга необходимы, во-первых, соответствующий образ мышления руководителей, во-вторых, постановка элементов системы, в-третьих, организация соответствующего подразделения и, в-четвертых, внедрение инструментов контроллинга, можно заключить, что его определение только в одном аспекте для целей формирования системы не достаточно. Необходимо комплексное видение сущности контроллинга. Таким образом, контроллинг – это концепция управления, интегрирующая функцию контроля в процесс реализации основных функций управления, развития самоуправления, самоконтроллинга; – ориентированная на достижение целей интегрированная система информационно-аналитической и методической поддержки руководителей в процессе планирования, контроля, анализа и принятия управленческих решений по всем функциональным сферам деятельности предприятия; – философия и образ мышления руководителей, ориентированные на эффективное использование ресурсов и развитие предприятия (организации) в долгосрочной перспективе.

* Доцент кафедры Бухгалтерского учета и аудита, канд. экон. наук, доцент

Фалько С. отмечает: «Если рассматривать его с позиции, что контроллинг философия и образ мышления руководителей, ориентированные на эффективное использование ресурсов и развитие предприятия в долгосрочной перспективе, то одним из основных постулатов его философии становится принцип менеджмента качества «Принятие решений, основанных на фактах». Для его реализации философия контроллинга предполагает устранение на предприятии применения репрессивного менеджмента. Другими словами: «На предприятии нет виновных лиц, есть лишь несовершенные технологии управления».

Применение жестких наказаний за не достижение заданных значений показателей провоцирует работников к сокрытию или искажению фактов и не способствует проявлению инициативы и самостоятельности».

Контроллинг ориентированная на долгосрочное и эффективное развитие система информационно-аналитической, методической и инструментальной поддержки руководства предприятия по достижению поставленных целей, обеспечивающая реализацию цикла управления по всем функциональным сферам и процессам посредством измерения ресурсов и результатов деятельности.

Всеобщий менеджмент на основе качества (TQM) стиль жизни всей организации, в котором непрерывное совершенствование занимает центральное место. Если подходить к TQM как и философии, и набору руководящих принципов, следование которым помогает создать постоянно совершенствующуюся организацию на основе рационального использования цикла Деминга (*планируйте*, – разрабатывайте план совершенствования, *делайте* – выполняйте этот план в небольшом масштабе, *проверяйте* – анализируйте результаты действий по совершенствованию, *воздействуйте* – применяйте опробованные усовершенствования в полном объеме). То контроллинг, включающий системы оперативного и стратегического планирования, бюджетирования, контроля, учета, анализа, отчетности, а также системы ответственности и мотивации, является важнейшей составной частью TQM – всеобщего менеджмента качества предприятия. Идеология TQM предполагает вовлечение не только руководителей, но и сотрудников в процесс управления. Для того, чтобы эта идеология могла быть реализована на практике, необходимо разрабатывать и внедрять контроллинг – технологию управления, обеспечивающую стабильное и экономически оптимальное функционирование управленческих процедур в системе управления предприятием путем обоснованного измерения ресурсов, а также промежуточных и итоговых результатов деятельности.

В развитие этих систем управления, когда наиболее остро стоит вопрос оценки качества принимаемых решений, в 90-е годы прошлого столетия Робертом Капланом и Дэвидом Нортоном была разработана кон-

цепция сбалансированной системы показателей BSC. В настоящее время она широко используется в управлении предприятиями разных стран мира. Их работа базировалась на следующих принципах:

- Исходной причиной для разработки концепции BSC было *снижение эффективности традиционных инструментов планирования*. Возникли идеи усиления роли в планировании и контроле немонетарных целевых показателей и *достижения сбалансированности всей системы показателей*.
- Во-вторых, Каплан и Нортон осознали, что трудности с реализацией стратегии возникают часто вследствие неадекватного перевода стратегических целей в конкретные показатели. Поэтому *видение и стратегия компании должны выражаться в измеряемых целевых величинах, характеризующих меру успеха, выигрыша*.
- Третья ключевая идея авторов состояла в *необходимости защиты менеджеров от переизбытка информации*. Для этого необходимо создать возможность сосредоточения их внимания на тех управленческих показателях, при которых достигаются значимые изменения целевых параметров и которые, таким образом, заслуживают внимания менеджеров в зависимости от обуславливающей бизнес ситуации.

Главной целью концепции BSC является ускорение и облегчение процесса реализации стратегии.

BSC может быть разработана для всех уровней организационной иерархии предприятия. Цели, устанавливаемые для отдельных подразделений, выводятся из стратегических целей верхнего уровня. Тем самым устраняется один из недостатков большинства систем управления – отсутствие систематических процессов, направленных на реализацию выбранной стратегии. Сбалансированная система показателей позволяет компании реализовать свою стратегию, при необходимости корректируя пакет разработанных мероприятий.

Дитгер Хан и Харальд Хунгенберг, основываясь на данной концепции, разработали систему планово-контрольных расчетов в рамках системы контроллинга.

Планово-контрольные расчеты являются инструментом достижения более высоких результатов деятельности предприятия через улучшение процесса управления. Они позволяют количественно описывать будущие и фактически произошедшие события во взаимосвязи с процессами на самом предприятии. Тем самым требуется качественно осмысливать и количественно описывать собственные цели, действия и реакции, а также у партнеров по рынку и других групп во внешней среде предприятия.

Система планирования и контроля, за реализацией планов является ключевой в контроллинге. Для системы ПиК необходимо иметь четкие, количественно выраженные данные.

Целостность системы показателей ПиК характеризуется следующими признаками:

1. является интегрированной составной частью целевого, стратегического и оперативного планирования и ядром общефирменного финансово-экономического планирования;
2. охватывает все объекты планирования: предприятие в целом, его структурные подразделения, а также программы, процессы, проекты и ресурсы;
3. учитывает немонетарные показатели и обслуживает планирование и реализацию цели роста стоимости и поддержания ликвидности;
4. генерирует и контролирует планы и проекты в соответствии с принципами управления по целям и по отклонениям;
5. образует базу для системы стимулирования менеджеров;
6. служит для планирования и контроля будущего развития предприятия и поэтому учитывает интересы предприятия и заинтересованных в нем групп.

В системе показателей ПиК, так же как и в BSC, по каждому объекту планирования и управления выделяют только небольшое число вертикально и горизонтально связанных показателей. Одной из основных идей BSC является уделение большего внимания причинно-следственным связям между монетарными и немонетарными целями. Главная цель системы интегрированного ПиК состоит в том, чтобы с ее помощью определять близкие к оптимальным результаты решений, задавать их в качестве плановых целей и контролировать их достижение путем своевременного сопоставления фактических и запланированных результатов и определенных предпосылок ставя в зависимость от степени достижения согласованных целей.

Основные принципы построения системы показателей:

- показатели должны отражать эффективность использования всех основных ресурсов и функциональных областей деятельности предприятия. Т.к. эффективность деятельности в целом зависит от того, насколько эффективно используются трудовые ресурсы компании, средства труда и предметы труда, необходимо чтобы система показателей в полной мере отражала эту эффективность;
- показатели должны быть, по возможности, как можно более простыми как в исчислении, так и в понимании экономического смысла. Система показателей не должна требовать значительных затрат времени, денег и прочих ресурсов для ее поддержания;

- количество основных показателей не должно быть большим, иначе теряется их обозримость и затрудняется интерпритация. Задача состоит в том, чтобы построить такую систему показателей, которая охватывала все сферы управления, но при этом не содержала бы дублирующей, избыточной и неправильно структурированной информации;
- для каждого показателя должна быть указана рекомендуемая (желательная) величина, по которой можно было бы измерить и оценить степень достижения результат;
- показатели должны рассчитываться и предоставлять руководству в соответствии с регламентом, т.е. по утвержденной форме и в плановые сроки (измерительная система в идеале должна работать автоматически);
- методики расчета показателей (методики измерения) желательно не менять в течении достаточно длительного периода, чтобы обеспечить сопоставимость получаемых результатов;
- показатели для оценки деятельности подразделений должны отражать только те результаты, на которые могло повлиять руководство подразделения.

Рассмотренная система ПиК с ориентированными на результат и ликвидность планово-контрольными расчетами позволяет осуществлять целеориентированное руководство на всех уровнях управления и использовать систему материального стимулирования руководителей, увязанную с уровнем планирования на предприятии.

Список литературы:

1. Андропова, А.К. Оперативный контроллинг: учебное пособие / А.К. Андропова, Е.Д. Печатнова. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2006. – 160 с.
2. Волкова, О.Н. Управленческий учет: учебник / О.Н. Волкова. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. – 472 с.
3. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Horvath @ Partners; Пер. с нем. – 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 269 с.
4. Попченко, Е.Л. Бизнес-контроллинг / Е.Л. Попченко, Н.Б. Ермакова. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2006. – 288 с.
5. Попова, Л.В. Контроллинг: учебное пособие / Л.В. Попова, Р.Е. Исакова, Т.А. Головина. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003. – 192 с.
6. Фалько С.Г. Контроллинг для руководителей и специалистов / С.Г. Фалько. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 272 с.

7. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга: Пер. с нем. / Под ред. и с предисл. А.А. Турчака, Л.Г. Головача, М.Л. Лукашевича. – М.: Финансы и статистика, 2005.

ЭМИССИЯ ЦЕННЫХ БУМАГ – ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

© Рубцова Ю.А.*

Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова,
Алтайский банк Сбербанка России ОАО, г. Барнаул

Автором рассмотрены актуальность темы, внешние источники инвестиций для предприятий, преимущества и недостатки IPO как источника финансирования инвестиций для предприятий. В связи с тем, что в настоящее время в Алтайском крае региональный центр инвестиционной активности играет незначительную роль, автором предложено создание в Алтайском крае на региональном уровне финансового консультанта при условии обеспечения необходимой информационной и рекламной поддержкой.

Актуальность выбранной темы связана с тем, что при незначительных возможностях самофинансирования предприятий привлечение ресурсов является важнейшей задачей.

Пока участие отечественных институтов в трансформации сбережений в инвестиции ограничено. Такие источники инвестиций, как сбережения населения, накопления предприятий и средства государственного бюджета растут, но в инвестиции превращается только их часть.

Роль финансовой системы России в финансировании инвестиций крайне мала по сравнению с другими странами. Это проявляется в малой доле рыночных источников финансирования: кредиты банков и выпуск ценных бумаг составляет менее 7 % в структуре источников финансирования инвестиций.

Внешние инвестиции для предприятия существуют в двух основных вариантах – в форме долгового и долевого капитала (рис. 1). Использование долгового капитала означает, что через определенный период времени инвестору-кредитору будет возвращена основная сумма долга (креди-

* Аспирант, главный экономист

та) и плата за пользование долгом (процент). Использование долевого капитала означает, что инвестор становится собственником доли предприятия и приобретает определенные права собственности, например, право голоса по ряду вопросов деятельности, право на часть его дохода и др. [1].

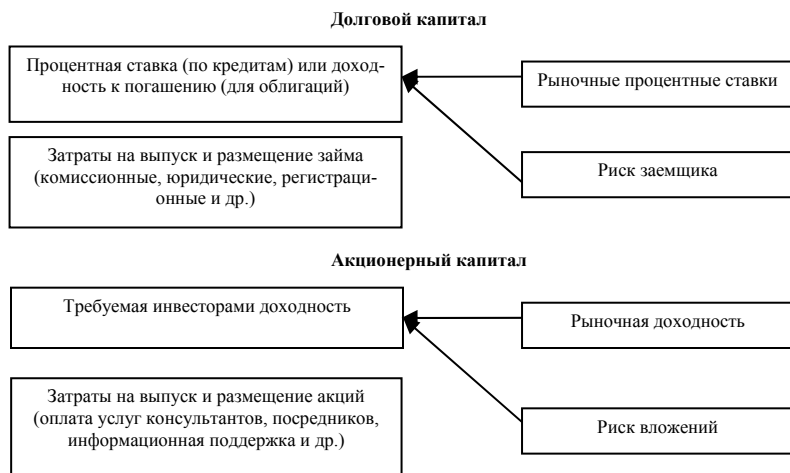


Рис. 1. Составляющие стоимости привлекаемого предприятием капитала

Эмиссия ценных бумаг – один из важных способов финансирования инвестиций в развитых странах. Однако публичная эмиссия ценных бумаг – достаточно сложный и дорогой источник капитала, практически недоступный для новых компаний (средний возраст компаний, впервые осуществляющей публичную эмиссию, по оценкам, составляет 7 лет). Если компания собирается использовать фондовый рынок для привлечения капитала, ей необходимо предварительно оценить требования, предъявляемые к эмитентам в соответствии с действующим законодательством, процедуры подготовки и организации эмиссии, а также затраты времени и финансов, с которыми связана эмиссия ценных бумаг. Эти затраты включают, в частности, оплату услуг профессиональных консультантов, инвестиционных посредников, информационную поддержку и многое другое, что необходимо для привлечения инвесторов, обеспечения прозрачности и ликвидности рынка.

Крупнейшие российские предприятия уже с начала 1990-х гг. широко используют возможности, предоставляемые рынками капитала, прежде всего международными. Однако и меньшие по величине предприятия также получают доступ к инвестициям за счет рынка ценных бумаг. Хотя

этот источник инвестиций пока слабо используется российскими предприятиями, события последних лет демонстрируют заметное увеличение его роли.

Для небольших и средних предприятий основные лимитирующие факторы – высокая стоимость внешних инвестиций, которая, как известно, определяется требуемой инвесторами доходностью и величиной затрат по привлечению инвестиций. Требуемая инвесторами доходность зависит от текущей рыночной доходности и индивидуального риска вложения. Стоимость привлечения нового капитала для предприятия отличается от доходности, которую необходимо обеспечить инвесторам, на величину затрат, которые вынуждены нести предприятия для организации выпуска ценных бумаг. Высокий уровень затрат на организацию выпуска ценных бумаг определяется недостаточным развитием инфраструктуры российского рынка инвестиций. Разумно предположить, что по мере развития рынка условия для осуществления публичных эмиссий будут улучшаться, и все больше российских компаний смогут успешно привлекать инвестиции при помощи рыночных инструментов.

В России пока мало примеров использования компаниями публичной эмиссии акций для привлечения инвестиций. Отметим, что IPO (Initial Public Offer – первичное публичное размещение акций) для российских компаний – редкость, каждый случай имеет особенности, и пока трудно выделить какие-то типичные модели поведения.

Эмиссия требует большой подготовки, профессиональных знаний и команды специалистов. Как правило, нефинансовые предприятия при осуществлении эмиссий обращаются к услугам финансовых посредников.

Ниже приведены основные преимущества и недостатки IPO как источника финансирования инвестиций для предприятий (табл. 1).

Баланс преимуществ и недостатков IPO зависит от многих факторов – рыночной конъюнктуры, ситуации в экономике и отрасли, уверенности руководителей компании и т.д. На российском рынке существенный фактор – наличие «историй успеха», которые могли бы тиражировать предприятия.

Банки, финансовые и инвестиционные институты пока играют незначительную роль в финансировании инвестиций в реальный сектор. В какой-то степени это связано с недостаточным развитием институтов финансового рынка.

В России более тысячи инвестиционных компаний и банков, занимающихся профессиональной деятельностью на рынке ценных бумаг. Сейчас в России функционирует 11 фондовых бирж, однако подавляющая часть операций с ценными бумагами сосредоточена на ММВБ и бирже РТС [1]. В мировой практике существуют различные организационно-правовые формы организации бирж. В основном биржи создаются либо в

форме ассоциаций, либо акционерных обществ (или обществ с ограниченной ответственностью), либо действуют как публично-правовой (т.е. государственный) институт [3]. Организация и функционирование биржи является дорогостоящим процессом. В настоящее время происходит укрупнение бирж.

Таблица 1

**Преимущества и недостатки IPO как источника
финансирования инвестиций для предприятий**

Преимущества	Недостатки
За счет новой эмиссии акций предприятия увеличивают собственный капитал – наиболее стабильный и долгосрочный источник финансирования роста бизнеса. При этом увеличение акционерного капитала расширяет возможности финансового рычага путем дополнительного привлечения долгового капитала.	Возможность утраты контроля над компанией в результате изменения структуры собственности.
Отсутствие жестких обязательств по выплатам текущего дохода акционерам.	Уязвимость по отношению к недружественным слияниям и поглощениям.
IPO создает «публичную компанию», снижая стоимость дальнейшего привлечения акционерного и долгового капитала.	Дорогостоящий источник финансирования инвестиций.
IPO повышает ликвидность рынка акций компании.	Длительный процесс подготовки предприятия к осуществлению IPO.
Создание публичного рынка акций помогает компании повысить свою инвестиционную привлекательность и формировать реальную рыночную стоимость, что увеличивает оценку бизнеса для стратегического инвестора.	Риск, связанный с возможными колебаниями рыночной цены акций.
	Требования жесткой финансовой дисциплины, информационная прозрачность и т.д.

Региональные центры инвестиционной активности играют незначительную роль по сравнению с центром. В этой связи автором рассматривается необходимость создания в Алтайском крае на региональном уровне финансового консультанта при условии обеспечения необходимой информационной и рекламной поддержкой. Согласно российскому законодательству финансовый консультант – это юридическое лицо, имеющее лицензию на осуществление брокерской и/или дилерской деятельности на рынке ценных бумаг, оказывающее эмитенту услуги по подготовке проспекта эмиссии ценных бумаг [2].

Список литературы:

1. Кравченко Н.А. Инвестиционный анализ. – М.: Дело, 2007. – 264 с.

2. Лялин В.А., Воробьев П.В. Рынок ценных бумаг: учеб. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 384 с.

3. Сафронова Т.Ю. Биржевая торговля производственными инструментами: Учеб. – практ. пособие. – 2000. – 542 с.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БУРЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© Санжин Б.Б.*

Республиканское агентство по государственным закупкам,
г. Улан-Удэ

Потребительская кооперация – социально ориентированная система, осуществляющая свою деятельность в сельских районах Республики Бурятия. В статье рассматриваются проблемы и перспективы развития кооперативной торговли. В качестве одного из направлений развития отрасли предлагается создание единой торговой сети потребительской кооперации.

Торговля – одна из основных и традиционных отраслей деятельности потребительской кооперации. В настоящее время в кооперативной торговле наиболее сильно проявляется конкуренция и утрата конкурентных преимуществ потребительской кооперации вследствие процессов экспансии торговых сетей на региональные и местные рынки.

В республике имеются особенности, которые определяют специфику кооперативной торговли:

- в целом по республике магазины практически не интегрированы, объединение имеет место на уровне административных районов;
- большинство магазинов имеют небольшие площади;
- в системе функционирует значительное количество убыточных магазинов, имеющих исключительно социальный характер;
- многие торговые предприятия находятся на значительном удалении от возможных логистических распределительных центров.

В условиях бурного развития торговых сетей в ближайшее время может произойти вытеснение кооперативной торговли с наиболее коммерчески эффективных площадок на уровень, где существование экономически обоснованной торговли будет невозможным. Поэтому основной целью

* Начальник отдела формирования государственного заказа

развития торговли в потребительской кооперации республики должно стать создание единой кооперативной торговой сети, отвечающей следующим требованиям:

1. Единство торговой системы, обеспечивающее объединение информационных и логистических связей, стилистических и технических решений, применение одного бренда.

2. Оптимизация форматов торговых предприятий потребительской кооперации с учетом обеспечения единой товарной матрицы и территориальной доступности.

3. Формирование единой ценовой политики, позволяющей закупать и продавать товары по низким, конкурентоспособным ценам, формирование за счет этого широкого круга лояльных покупателей.

4. Проведение единой товарной политики, позволяющей закупать и хранить товары в оптово-распределительных складах, имея в магазинах лишь текущий запас товаров.

5. Наличие ниши для сбыта закупленной сельхозпродукции и продукции кооперативного производства при соответствии ее качества установленным стандартам и уровню рыночных цен.

Текущие задачи руководителей и специалистов организаций розничной торговли состоят в следующем [2].

1. Постепенный перевод продовольственных магазинов на самообслуживание, увеличение количества магазинов, работающих с продленным режимом.

2. Развитие сети специализированных магазинов в райцентрах с ориентацией их деятельности на работу по заказам покупателей из рядовых и глубинных населенных пунктов.

3. Использование передвижных магазинов, обслуживающих наименее мобильную часть сельского населения.

4. Активизация использования информационных технологий в торговле, создание условий для развития электронных продаж.

Например, в кооперативном магазине, с помощью компьютера, подключенного к сети Интернет, покупатель может ознакомиться с ассортиментом и ценами на товары, реализуемые в специализированных кооперативных магазинах районного центра, г. Улан-Удэ, сделать заказ и через день-два получить товар. В небольших селах для электронной продажи по согласованию с муниципальными образованиями можно использовать школьный Интернет, поскольку в Республике Бурятия все школы подключены к Интернет.

5. Использование возможностей СПОКов, созданных с участием потребительской кооперации, для развития сельской торговли как несельскохозяйственной деятельности с получением субсидий за счет средств федерального бюджета на срок до 5 лет в размере 95 % ставки рефинан-

сирования – в соответствии с государственной программой развития сельского хозяйства до 2012 г. [1].

Эффективное функционирование кооперативной торговли возможно только на основе интеграции отдельных потребительских обществ. В условиях жесткой конкуренции эффективное хозяйствование могут обеспечить только крупные организации, использующие современные формы ведения бизнеса, обеспечивающие концентрацию материальных и финансовых ресурсов для конкурентного развития системы.

Стремление к региональной интеграции – это объективный процесс современного российского рынка. В условиях нарастающей конкуренции развивать кооперативный бизнес каждой кооперативной организации в отдельности все труднее. Актуальным становится укрупнение кооперативных организаций. Возможно два направления интеграции кооперативных организаций.

Первое. Слияние отдельных райпо в крупную региональную организацию (республиканское потребительское общество), структурными подразделениями которого становятся потребительские общества, не обеспечивающие эффективную деятельность в сложных условиях конкурентной среды (по аналогии с проводимой территориальной диверсификацией деятельности ПО «Универсальная оптовая база Буркоопсоюза»).

Централизация управления товарными и финансовыми потоками позволит реализовать целый ряд преимуществ крупного юридического лица: централизованный закуп ключевых товарных позиций для всей розничной сети позволит получить лучшие условия от логистических компаний и производителей.

Согласованные приоритетные направления развития розничной сети и общественного питания – обеспечить эффективное использование материально-технической базы и финансовых средств. Единая кредитная политика – покупку кредитных ресурсов за минимальные процентные ставки и т.д.

Региональное потребительское общество может начать работу по реализации сетевого принципа в розничной торговле с унифицированием форматов магазинов, введением единой товарной матрицы, адресной доставкой товаров с оптовых складов. Реализация подобной модели в потребсоюзах России доказала свою экономическую эффективность.

Второе. Объединение по принципу «холдинга» экономически устойчивых и самодостаточных кооперативных организаций. Одна из возможных организационных форм – подписание соглашений кооперативных организаций с республиканским потребительским обществом (или универсальной оптовой базой) о создании торгово-закупочного союза. В отдельных потребсоюзах страны централизованный закуп товаров для розничной кооперативной сети достигает 75 % совокупного розничного оборота.

Торгово-закупочный союз будет позиционироваться поставщиками как организованная розничная сеть (ключевой клиент), а областное потребительское общество (оптовая база) – как участник-координатор, обеспечивающий единство бизнес-процессов, связанных с товародвижением, дистрибуцией и оплатой.

Независимо от объёмов продаж, все участники союза получают равные условия, которые приближены к условиям для региональных сетей: единая программа лояльности, максимальные отсрочки, скидки от совокупных объёмов продаж, оптимальная транспортная логистика от поставщиков, использование электронной базы данных о продажах, возможность продвижения единого бренда сети и т.д.

Интеграция деятельности потребительских обществ, направленная на повышение эффективности функционирования, позволит системе использовать свои конкурентные преимущества и обеспечит потребительской кооперации необходимую ей конкурентоспособность.

Таким образом, главная перспектива развития торговли потребительской кооперации – создание единой кооперативной сети на основе возрождения интеграции оптовой и розничной торговли, способной конкурировать с существующими сетями региона. Динамично развивающаяся эффективная торговая система может стать «локомотивом» развития для всех отраслей потребительской кооперации.

Список литературы:

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 – 2012 годы (<http://www.mcsx.ru>).
2. Основные положения Концепции развития потребительской кооперации Урала, Сибири и Дальнего Востока. – Новосибирск: СибУПК, 2006.

СТРУКТУРНАЯ СХЕМА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКЕ

© Соболева О.А.*

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса, г. Владивосток

Организация эффективной системы управления инвестиционным процессом в электроэнергетике должна обеспечивать решение вопро-

* Ассистент кафедры «Финансы и налоги»

са об эффективности инвестируемых средств с точки зрения доходности, захвата определенного сегмента рынка или любого другого финансово-экономического критерия. Создание и реализация подобной системы управления позволит электроэнергетике региона повысить свою инвестиционную привлекательность и осуществить комплекс преобразований для повышения эффективности своей деятельности.

Одним из важнейших параметров, характеризующих состояние региональной экономики, является инвестиционный процесс. Под инвестиционными процессами в электроэнергетике нами понимается долгосрочное вложение средств (государственных, частных) в строительство генерирующих мощностей и линий электропередач, модернизацию энергетического оборудования с целью повышения его КПД и уменьшение загрязнения окружающей среды.

В теории управления инвестиционными процессами выделяется три уровня иерархии инвестиционного менеджмента в национальной экономике: макроуровень (уровень страны в целом), мезоуровень (уровень отдельных регионов) и микроуровень (уровень отдельной корпорации, фирмы, предприятия) [1].

Основными задачами инвестиционного менеджмента на макроуровне применительно к электроэнергетике, по нашему мнению, являются:

- формирование, определение приоритетов и осуществление государственной инвестиционной политики в области электроэнергетики;
- формирование нормативно-законодательного поля инвестиционных процессов в российской электроэнергетике;
- формирование инвестиционного климата российского государства, способствующего притоку инвестиций в электроэнергетику;
- определение состава участников инвестиционного рынка России и правил его функционирования;

Мезоуровень национальной экономики или уровень отдельного региона – субъекта федерации – должен рассматриваться, с одной стороны, как самостоятельный, с точки зрения теории инвестиционного менеджмента, аспект управления инвестициями, с другой, – как связующее звено между макро- и микроуровнем. Поскольку именно в регионах реализуется государственная инвестиционная политика, развитая и дополненная региональной политикой в отношении инвестиций в электроэнергетику.

Для построения и налаживания комплексной системы эффективного управления инвестиционными процессами мезоуровня необходима, на наш взгляд, постоянно функционирующая система сбора и обработки информации о состоянии инвестиционного процесса, ядром которой должна стать совокупность показателей их оценки. Под оценкой состояния инве-

стиционного процесса можно понимать некий показатель, или систему показателей, позволяющих характеризовать уровень инвестиционной привлекательности и инвестиционного риска в доступных и понятных пользователю терминах, а также сравнивать разные инвестиционные проекты и их совокупности по степени рискованности. Процедура оценки риска необходима на всех уровнях иерархии инвестиционного процесса в регионе.

Третьим уровнем иерархии инвестиционного менеджмента в российской экономике является микроуровень - уровень отдельного энергопредприятия, корпорации и т.п. Подъем российской экономики неразрывно связан с активизацией инвестиционных процессов на микроуровне, поскольку именно здесь реализуется основное предназначение инвестиций - поднятие и развитие производства, увеличение его мощностей, технологического уровня [1].

Достижение стратегических целей и задач энергопредприятия, реализация программ развития невозможны без инвестиций и, соответственно, без эффективного управления инвестиционным процессом, который можно, по нашему мнению, разделить на два основных направления:

- обслуживание постоянного потока инвестиционных проектов;
- индивидуальное сопровождение особенно важных проектов.

У этих направлений, на наш взгляд, принципиально разные цели и задачи, поскольку существуют особенности в подходах и методиках, используемых в процессе управления соответствующими инвестиционными проектами.

Для проектов, эффект от которых незначителен или вообще не может быть определен, необходим простой и надежный «инвестиционный конвейер». Здесь важна максимальная стандартизация и унификация документооборота, простота процедур и отчетных форм. Проекты, ожидания от которых связаны со стратегическими эффектами для предприятия, в которых задействованы значительные ресурсы и цена каждой ошибки высока, реализуются не так часто и, естественно, что жить они должны по особым, именно для них определенным правилам. Полноценная система управления инвестиционными процессами должна предусматривать оба направления (в зависимости от масштаба энергопредприятия и специфики инвестиционных проектов) и обеспечивать взаимосвязь со стратегией, накопление и использование полученного опыта, интеграцию с другими процессами предприятия.

С момента принятия Госдумой ключевого пакета законов об электроэнергетике в 2003 г. развитие отрасли проходило в соответствии с принятым законодательством. К настоящему времени создан и начал работать конкурентный рынок электроэнергии. Но главное достижение и наиболее значимый результат преобразований, на наш взгляд, - это начало мас-

штабного инвестиционного процесса. Общий объем инвестиционных ресурсов, направленных на реализацию Сводной пятилетней инвестиционной программы компаний, образованных в результате реформирования Холдинга ОАО РАО «ЕЭС России», на 2008-2012 годы составляет 4 375 868 млн.руб. Логическим завершением реформирования является реорганизация РАО «ЕЭС России», которая, в соответствии с постановлением Госдумы должна прекратить свое существование к 1 июля 2008 г. [2].

Инвестиционный процесс в электроэнергетике, как система, характеризуется, с нашей точки зрения, следующими положениями:

- большим числом выполняемых функций, параметров и результатов функционирования;
- сложностью поведения системы, которая отражается в наличии переплетающихся и перекрывающихся взаимосвязей между переменными;
- неравномерными и непостоянными во времени внешними воздействиями;
- постоянной пространственной и временной связью, которая проявляется при взаимодействии элементов системы и фиксируется в виде определенной структуры;
- отражением взглядов, целей и ценностей субъектов хозяйствования;
- отсутствием зависимости структуры и характера взаимосвязей между элементами от уровня и типа развития экономической системы.

Инвестиционный процесс, выступая как система, является основой развития региональной энергетической системы [3].

На уровне предприятий инвестиционный процесс можно представить как целенаправленно осуществляемый комплекс мероприятий по изысканию необходимых инвестиционных ресурсов, выбору эффективных объектов и инструментов инвестирования, формированию сбалансированной по избранным параметрам инвестиционной программы (инвестиционного портфеля) и обеспечению ее реализации. В результате внедрения решений обеспечивается создание полномасштабной корпоративной системы управления инвестиционной деятельностью на основе современных информационных технологий.

Основное, с нашей точки зрения, что должна обеспечивать система управления инвестиционным процессом в электроэнергетике - это решение вопроса об эффективности инвестируемых средств с точки зрения доходности, захвата определенного сегмента рынка или любого другого финансово-экономического критерия. То есть, перед включением в действие системы управления подготовкой производства должна проработать система разработки и оценки эффективности инвестиционного проекта в полном смысле этого слова. И даже после начала работ по реализации

инвестиционного проекта, система оценки эффективности инвестиций должна продолжать действовать с целью непрерывного контроля за издержками и эффективностью.

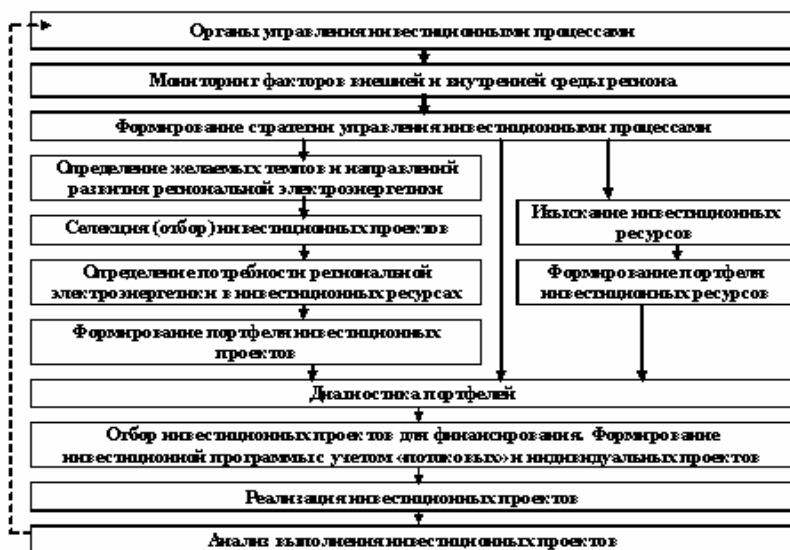


Рис. 1. Структурная схема системы управления инвестиционными процессами в региональной электроэнергетике

Предлагаемая структурная схема системы управления инвестиционными процессами в региональной электроэнергетике, представленная на рис. 1, удовлетворяет предъявляемым требованиям.

Создание и реализация такой системы управления, по нашему мнению, позволит электроэнергетике региона повысить свою инвестиционную привлекательность и осуществить комплекс преобразований для повышения эффективности своей деятельности.

Управление инвестиционными процессами в региональной электроэнергетике, по нашему мнению, должно осуществлять последовательное выполнение следующих действий:

- анализ текущего состояния инвестиционного процесса, включающий анализ инвестиционной привлекательности региона и отрасли, инвестиционной активности;
- анализ удовлетворения потребности региональной электроэнергетики в инвестициях;
- определение необходимого объема инвестиций и показателя инвестиционной привлекательности, которому соответствует этот объем;

- разработка, выбор и реализация мероприятий, позволяющих получить необходимое состояние инвестиционной привлекательности региональной электроэнергетики;
- изменение притока инвестиций в региональную электроэнергетику, обусловленное изменением инвестиционной привлекательности;
- изменение параметров региональной электроэнергетики за счет объемов и структуры инвестирования.

При формировании мероприятий, направленных на управление инвестиционными процессами, необходимо учитывать, что показатели, характеризующие факторы инвестиционной привлекательности, влияют на инвестиционный процесс в различной степени и разнонаправленно, и, как следствие, неодинаково поддаются воздействию со стороны управляющего субъекта. Реализации эффективного управления инвестиционными процессами способствует выбор принципиально новых путей создания систем управления, опирающихся на новые информационно - аналитические технологии, которые позволяют оптимально организовывать деятельность в изменяющихся рыночных условиях [4].

Список литературы:

1. Абрамов С.И. Управление инвестициями в основной капитал / Гос. ун - т управления. – М.: Изд-во «Экзамен», 2002. – 544 с.
2. Официальный сайт РАО ЕЭС России <http://www.rao-ees.ru/ru/>.
3. Воспроизводство основных фондов в электроэнергетике в период ее реформирования: Препринт / Куклин А.А., Мызин А.Л., Калина А.В., Сулейманова Е.Е. – Екатеринбург: УрО РАН, 2004. – 57 с.
4. Лимитовский М.А. Основы оценки инвестиционных и финансовых решений. – М.: ООО Издательско-Консалтинговая Компания «ДеКА», 2002.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ТРАНСПОРТА И ТУРИЗМА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

© Солдаткина Н.В.*

Дальневосточный государственный университет путей сообщения,
г. Хабаровск

Развитие туризма неразрывно связано с развитием транспортной отрасли. Туризм способствует повышению загрузки различных видов

* Преподаватель кафедры «Социально-культурный сервис и туризм»

транспорта, в свою очередь, транспорт позволяет использовать в туристской деятельности дополнительные территории, разгружает и оптимизирует туристские потоки. Опыт последнего десятилетия по созданию конкурентоспособного туристского продукта свидетельствует о том, что без опережающего развития транспорта невозможно развитие въездного и внутреннего туризма в регионах России.

В последние годы правительством и президентом России признана первоочередная необходимость развития транспортной отрасли. Утверждена транспортная стратегия России на период до 2020 года. Кроме того, разработана программа развития Дальнего Востока до 2013 года, в которой одним из важнейших направлений экономики становится развитие транспортной инфраструктуры.

Дальний Восток, и Хабаровский край в частности, занимает выгодное транспортно-географическое положение региона, что создает благоприятные возможности для развития инфраструктурных отраслей экономики, объединенных в рамках трех «Т» (транспорт, телекоммуникации, туризм), и их интеграции в соответствующие мировые системы. Тем не менее, одним из актуальных вопросов остается привлечение иностранного капитала в экономику региона, особенно в развитие транспортной инфраструктуры.

Транспортная отрасль занимает одно из ведущих мест в структуре развития региона. Так, по состоянию на 1 января 2008 г. в экономику Хабаровского края поступило иностранных инвестиций на сумму 1,15 миллиардов долларов США, из них на долю транспорта пришлось 29,7 % [4]. Несмотря на то, что по видам экономической деятельности наибольший объем инвестиций приходится именно на предприятия транспорта, такие факторы, как неблагоприятный инвестиционный климат, непродуманная налоговая система, негибкость таможенной политики, политическая и экономическая нестабильность, недостаток передовых технологий и управленческого опыта – являются препятствием на пути по привлечению средств.

По пассажирским перевозкам транспортом общего пользования по Дальневосточному федеральному округу Хабаровский край занимает первое место – 34,7 % (213 175 тыс. чел.), второе место принадлежит Приморскому краю – 26 % (159 051 тыс. чел.) [2, С. 123]. Это обусловливается наличием более развитых транспортных коммуникаций в данных регионах, по сравнению с другими. В структуре перевозок пассажиров транспортом общего пользования в Хабаровском крае лидируют автобусные перевозки – 80,6 % (171,8 миллионов чел.), железнодорожным транспортом воспользовались 2,4 % (5 миллионов чел.), воздушным – 0,3 % (700 тыс. чел.), внутренним водным – 0,7 % (1 млн. 400 тыс. чел.); троллейбусные и трамвайные перевозки – 16 % (7,8 млн. чел. и 26,5 млн. чел. соответ-

ственно) [3, С. 5]. Однако, данная система отчетности не позволяет выделить количество туристов, воспользовавшихся тем или иным видом транспорта, за исключением данных о перевозке пассажиров внутренним водным транспортом на туристских и экскурсионно-прогулочных линиях.

В сфере туризма в той или иной степени используются практически все виды транспорта. Основными из них являются: воздушный, автомобильный, водный (морской и речной) и железнодорожный. В процессе перевозки туристов используются, как правило, несколько видов транспорта: железнодорожный и автомобильный, авиационный и автомобильный, водный, железнодорожный и автомобильный.

Согласно данным Федерального агентства по туризму, в 2006 году для совершения поездок в туристских целях предпочтения по выбору видов транспорта оказались следующими: на первом месте лидерство удерживает воздушный транспорт. Его доля в общем объеме перевозок туристов за 2006 г. составила около 63 % (9178 тыс. человек). На втором месте по перевозкам туристов занимает внутренний водный транспорт – 21 % (3065,4 тыс. человек), на третьем месте – автобусные перевозки – 15,2 % (2217 тыс. человек), последнее место принадлежит железнодорожному транспорту – 0,8 % (110,1 тыс. человек) соответственно [5, С. 29].

Однако, результаты проведенного исследования в Хабаровском крае по использованию видов транспорта в туристских целях показывают следующую картину: при отправке туристов лидирует автомобильный транспорт, на его долю приходится 30 % от общего объема туристских перевозок; выездные путешествия с использованием воздушного транспорта составляют 28 %; железнодорожного – 25 % и водного транспорта – 17 %. Во въездном туризме лидирует воздушный транспорт, его используют 47 % туристов. На втором месте по использованию в туристских перевозках стоит автомобильный транспорт – 38 %, менее предпочтителен железнодорожный – 11 % и водный – 4 % от общего объема туристских перевозок.

Обобщенные результаты исследования выявили следующие тенденции: в туристских перевозках наиболее востребован воздушный транспорт – 37,5 %, на втором месте по использованию стоит автомобильный транспорт – 34 %, железнодорожный – 18,0 %, и на последнем месте водный (речной) транспорт – 10,5 % от общего объема туристских перевозок [1, С. 15].

Текущее состояние въездного туризма в Хабаровском крае складывается не очень благоприятно. Согласно данным Управления по туризму Хабаровского края, в 2006 году на долю въездного направления приходилось 12 % от общего числа обслуженных туристов (25,6 тыс. человек), а в 2007, несмотря на то, что общее число иностранных посещений составило 30 тыс. человек – это всего лишь 5 % от общего турпотока края [6]. Таким

образом, наблюдается явная тенденция снижения интереса иностранных граждан к отдыху в Хабаровском крае.

В сложившихся условиях одним из перспективных направлений взаимодействия транспортной отрасли и туристского бизнеса в Хабаровском крае может стать развитие автомобильного туризма и создание необходимой для этого инфраструктуры. Главными приоритетами в данном случае выступают строительство и реконструкция автодорог, строительство кемпингов.

В области совершенствования автомобильной инфраструктуры в крае до 2025 года предполагается реализация следующих наиболее эффективных и крупных проектов: завершение строительства автомобильной дороги «Амур» (Чита – Хабаровск) с устройством усовершенствованного покрытия; строительство автомобильной дороги «Восток» (Хабаровск – Находка); реконструкция автомобильных дорог «Уссури» (Хабаровск – Владивосток); завершение строительства автомобильной дороги Хабаровск – Лидога – Ванино.

Немного об этих проектах. Автомобильная дорога «Уссури» протяженностью 768 км, связывает два краевых центра и основные наиболее развитые территории и освоенные территории Дальнего Востока. На протяжении 524 км дорога отнесена ко второй категории, и 224 км - к первой категории. Она связывает свыше 190 населенных пунктов Хабаровского и Приморского краев. Автомобильная дорога Хабаровск – Лидога – Ванино с подъездом к Комсомольску-на-Амуре является составной частью евразийского международного транспортного коридора Транссиб – Берлин, обеспечивает транспортный выход юга и востока Хабаровского края на федеральные дороги «Амур», «Уссури» и строящуюся федеральную автомобильную дорогу «Восток». Пока еще нет автодороги, соединяющей Читинскую и Амурскую область, поэтому автодорожная сеть Дальнего Востока автономна и изолирована, хотя и есть связь с общероссийской дорожной сетью по дорогам низких категорий, прерывающаяся в ненастную погоду. Отсюда главным направлением развития автодорожной сети региона стало строительство (на отдельных участках – реконструкция) дороги федерального значения Чита – Хабаровск – Находка, завершение которой планируется на 2009 год.

Таким образом, благодаря развитию транспортной инфраструктуры в Хабаровском крае будет создана одна из важнейших предпосылок для развития въездного и внутреннего туризма. Главным достоинством является возможность привлечения европейских автотуристов, для которых распространенным видом отдыха является караванинг. При наличии кемпингов и соответствующей инфраструктуры в регионе, возможно возрождение такого перспективного направления туризма, как «туризм выходного дня».

Список литературы:

1. Голубева, И.А. Развитие предпринимательских отношений туристской фирмы с авиаперевозчиками [Эл. ресурс]: Автореферат на соиск. уч. степени к.э.н. / И.А. Голубева. – Режим доступа: <http://www.dissovet.ael.ru>.
2. Дальневосточный федеральный округ. 2006 [Текст]: Стат. сборник / Террит. орган фед. служебной гос. статистики по Хабаровскому краю. – Хабаровск: Хабаровскстат, 2007. – 175 с.
3. Деятельность транспортного комплекса в 2006 году [Текст]: Экономический обзор. – Хабаровск, Хабаровскстат, 2007. – 10 с.
4. Поступление иностранных инвестиций в экономику Хабаровского края [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fipa.khv.ru/aboutregion/InInvest/>.
5. Туризм в цифрах. 2007 [Текст]: Стат. Сборник/ ИИЦ «Статистика России» Фед. агентство по туризму. – М.: ИИЦ «Статистика России», 2007. – 30 с.
6. Туристская инфраструктура края [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.parldv.ru/>.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЦЕДУР ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

© Тарасова А.Ю.*

Алтайский государственный университет, г. Барнаул

В данной статье рассматривается проблема отсутствия квалифицированных специалистов в финансовом оздоровлении сельскохозяйственных предприятий.

Возвращение России в мировую рыночную экономическую систему не могло не отразиться на отечественных предприятиях. Большинство из них страдало отсутствием гибкости, поскольку каждое предприятие специализировалось на своих производственных функциях, а конкуренция практически не допускалась. Низкая конкурентоспособность осложнила адаптацию предприятий к рыночной экономике, российский рынок наполнился импортными товарами. В результате потери рынка отечественные товаропроизводители оказались в состоянии системного финансового кризиса, охватившего экономику России. Изменения ценовых пропорций в эконо-

* Соискатель кафедры Менеджмента

мике страны, отход от плановой системы перераспределения, резкое сокращение государственных субсидий, наряду с неспособностью большинства сельскохозяйственных товаропроизводителей быстро адаптироваться к изменяющимся экономическим условиям, привели к значительному увеличению количества убыточных хозяйств. Проблема несостоятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей особенно обострилась в середине 90-х годов.

Современная российская экономика характеризуется неоднозначной и динамично меняющейся экономической средой, несбалансированностью, наличием сложных управленческих проблем.

За исследуемый период удельный вес убыточных сельскохозяйственных организаций по Российской Федерации в целом высок (табл. 1) [1].

Хотя и были приняты в последние годы нормативно-правовые акты, федеральные целевые программы, приоритетные национальные проекты по развитию сельского хозяйства. Но, несмотря на положительные тенденции, есть нерешенные проблемы, не зависящие от деятельности предприятий. Одной из таких проблем является отсутствие квалифицированных специалистов.

Таблица 1

Показатели убыточных сельскохозяйственных организаций
по Российской Федерации

Показатели	1992 г.	2000 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
Всего сельскохозяйственных организаций Российской Федерации, тыс.	26,6	27,6	24,2	22,1	20,6	19,0	16,9
- в том числе убыточных, тыс.	1,3	14,1	13,3	10,8	7,2	7,6	5,4
- в процентах от общего числа:	5	51	55	49	35	40	32

Действующие антикризисные управляющие стремятся развиваться и совершенствоваться, но, как показывает практика, строить программы подготовки и повышения квалификации арбитражных управляющих, планировать карьеру специалистов невозможно, не поняв реально особенностей их деятельности и не разобравшись, какие люди успешно работают в качестве антикризисных управляющих. Для этого нужно разобраться в глубинных противоречиях в деятельности антикризисного управляющего в условиях современной России, при этом, не забывая, что антикризисный управляющий – выполняющий приказы и распоряжения, это человек со своими интересами, целями, опытом, переживаниями и опасениями. Очевидно, что при таком положении дел, одному управляющему нереально качественно осуществить предусмотренные законодательством процедуры, а тем более вывести предприятия из кризиса.

Немаловажно отметить, что в деятельности антикризисных управляющих выделяют основные факторы эффективности управления предприятием в условиях кризиса [2]:

1. Преодоление кризиса невозможно без тщательного анализа его причин и прогноза последствий.

2. Анализ исходной информации определяет выбор стратегии действий и разработку механизмов достижения результата.

3. Принятие ответственных решений – это рациональный процесс, где нет места эмоциям и личным пристрастиям.

4. Для осуществления комплекса антикризисных мер необходимо преодолеть настороженность к ним со стороны работников предприятия и завоевать доверие персонала.

5. Необходима специальная работа по формированию управленческой команды, поддержанию в коллективе предприятия в целом рабочей атмосферы, четкого и гибкого распределения обязанностей и делегирования ответственности.

6. В ходе осуществления антикризисных мер существенное значение приобретают эффективность переговорного процесса с заинтересованными сторонами (прежде всего с кредиторами), способность договариваться о способах совместного преодоления кризиса.

Первые шаги по пути решения вопроса, об отсутствии квалифицированных специалистов, уже делаются. Федеральной службой России по финансовому оздоровлению и банкротству был организован конкурс «Антикризисный управляющий – 2000». Целью конкурса как раз и является вычленение высококвалифицированных специалистов в области антикризисного управления во всех регионах России с последующим созданием рейтинга лучших из лучших. Также существуют методы позволяющие оценить уровень развития у человека профессионально значимых качеств для успешного антикризисного управляющего. Наиболее точным и объективным методом диагностики качеств является метод, разработанный кафедрой социальной психологии МГУ им. М.В. Ломоносова.

Целесообразно также разработать необходимые механизмы для создания резерва специалистов в области антикризисного управления. Прежде всего, следует сказать, что новая категория государственных управляющих, учитывающая национальные особенности экономики, должна осуществлять процедуры банкротства более компетентно и грамотно:

1. уметь достигать своих целей в процессе непосредственного общения, успешно взаимодействовать с людьми, имеющими иную точку зрения, иные ценности, индивидуальные и культурные особенности, при этом не вызывая раздражения у собеседников и производя благоприятное впечатление, использовать в общении разнообразный репертуар комму-

никативных средств, в конфликтных ситуациях находить конструктивные пути выхода;

2. способность ориентации на конкретный результат, способность планировать и проектировать, а также руководить группой;

3. нестандартность и гибкость используемых им способов мышления, выражающихся в его способности найти новые, иногда неочевидные, варианты решения практических задач.

В данном случае должен быть также учтен многолетний как положительный, так и отрицательный опыт как Российской Федерации, так многих других стран.

Таким образом, это позволит подобрать на конкретное предприятие специалиста соответствующего профиля, будь то сельское хозяйство, легкая промышленность, машиностроение, оборонная промышленность и другие. А осуществлять контроль за деятельностью управляющего и тем более нести ответственность за последствия некомпетентного выполнения функций будет соответствующий государственный орган или организация, предоставившая суду кандидатуру управляющего.

Список литературы:

1. Апушова Т.С. «Финансовое оздоровление сельскохозяйственных организаций». Автореферат. Электронный ресурс. [<http://www.volsu.ru>].
2. Базаров Т.Ю. «Место психологической оценки в подготовке специалистов по антикризисному управлению предприятием». Электронный ресурс. [http://www.akdi.ru/fsdn/kom_tar/akdi99.htm]

ЛИЧНЫЕ ПОДСОБНЫЕ ХОЗЯЙСТВА В АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ СИСТЕМЕ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ

© Федякова Н.Н.*

Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева,
г. Саранск

В настоящее время важнейшим направлением является развитие семейного сельскохозяйственного производства. Оно связано с решением проблем формирования и использования ресурсного потенциала, повышения товарности хозяйств населения, вовлечения их в кооперационные и контрактные отношения с другими участниками аграрного рынка, активизации предпринимательской инициативы.

* Старший преподаватель кафедры Информационных систем в экономике и управлении

Проведенные исследования позволили выявить тенденции в развитии хозяйств населения Республики Мордовия с учетом формирования их ресурсного потенциала.

Хозяйства населения предназначались преимущественно для удовлетворения собственных потребностей в продовольствии. Однако в настоящее время они стали основным источником обеспечения жителей села не только продуктами питания, но и необходимыми средствами существования.

В Республике Мордовия более 187 тыс. семей имеют земельные участки для ведения личного подсобного хозяйства. Площади, занимаемые коллективными и индивидуальные садами в Республике Мордовия в 2006 году, составляли 7,6 тыс. га, в среднем на одну семью – 7,8 сотки. Площади, занимаемые коллективными и индивидуальными огородами, составляли 3,8 тыс. га, в среднем на одну семью приходится 9,5 сотки. Площадь сельскохозяйственных угодий, используемых ЛПХ в Республике Мордовия в 2006 году, составила 41,5 тыс.га. В среднем на одно хозяйство приходится 0,6 га сельскохозяйственных угодий. В структуре посевных площадей преобладают картофель и овощебахчевые культуры (80,8 %), кормовые культуры (16,2 %). В 2000-2006 гг. доля посевных площадей кормовых культур значительно увеличилась (в 3,2 раза), что говорит об изменении структуры сельскохозяйственного производства в хозяйствах населения в сторону увеличения продукции животноводства [1].

В 2006 году в хозяйствах населения Мордовии выращено более половины всей продукции сельского хозяйства – 52,9 %, в сельскохозяйственных предприятиях – 47,1 %. В ЛПХ произведено 97,6 % картофеля, 75,4 % овощей, 47,8 % мяса, 46,1 % молока, 15,7 % яиц. В 1990-2006 гг. доля хозяйств населения в производстве картофеля увеличилась на 16,7 %, овощей соответственно на 38 %, мяса на 20,8 %, молока на 15,4 % [1].

В Республике Мордовия существуют конкретные меры экономического стимулирования и финансовой поддержки сельских подворий, реализующих товарную продукцию. Во многом благодаря этому реализация продукции ЛПХ республики в последнее время увеличилась. Хозяйствами населения Республики Мордовия в 2006 году было реализовано 8,5 тыс. тонн мяса, 47,6 тыс. тонн молока. За 2000-2006 гг. реализация хозяйствами населения молока и молочных продуктов увеличилась на 16 % [1].

Однако товарность сельскохозяйственного производства в хозяйствах населения Мордовии остается низкой (около 17 %). Современные социально-экономические условия диктуют свои требования для функционирования личных подсобных хозяйств. На первое место при этом выходят проблемы формирования и использования ресурсного потенциала, повышения товарности хозяйств населения, вовлечения их в кооперационные и

контрактные отношения с другими участниками аграрного рынка, активизации предпринимательской инициативы. Проведенные нами исследования позволили выявить возможности развития ЛПХ с учетом формирования их ресурсного потенциала.

На основе типологии ЛПХ в регионе нами была проведена диагностика производственных и экономических результатов деятельности частных подворий населения с целью обоснования уровня максимально возможных объемов производства и реализации сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки, а также размера валового дохода с принадлежащей ЛПХ земельной площади.

Используя экономико-математическую модель оптимизации сочетания отраслей и специализации производства, мы провели диагностику производственных и экономических результатов различных типов ЛПХ. Целью решения экономико-математической задачи является максимум выручки от продажи продукции ЛПХ при полном удовлетворении внутренних потребностей частного подворья в продуктах питания.

Предлагаемая методическая схема решения этой задачи включает типологию ЛПХ, определение основных параметров деятельности по типическим группам, расчет затрат, валового дохода.

В ходе аналитических исследований личных подсобных хозяйств Республики Мордовия по размеру землепользования были выделены три группы хозяйств: 0,3 га; 0,6 га; 1 га. С целью выявления потенциальных возможностей частных подворий к осуществлению предпринимательской деятельности увеличен размер землепользования в хозяйствах до 2 га. Таким образом, по основному критерию (размеру землепользования) разработано четыре варианта решения задачи. При этом учитывалась специализация хозяйств населения и сочетание отраслей растениеводства и животноводства. Площади земли в 0,3 га недостаточно для производства продукции животноводства, поэтому был рассмотрен вариант использования земли для выращивания овощей и картофеля, избыток продукции реализуется на продажу.

Важным элементом производственно-ресурсного потенциала ЛПХ является труд. Были рассчитаны суммарные годовые затраты труда, возможный фонд рабочего времени каждого работника. Затраты труда в животноводстве определены с учетом результатов обследования бюджетов времени сельских подворий.

Объемы производства сельскохозяйственной продукции были определены с учетом размера и структуры земельных угодий, поголовья сельскохозяйственных животных и их продуктивности (урожайности). Размеры внутреннего потребления сельскохозяйственной продукции были заложены также на фактическом уровне. Структура потребления мяса и овощей рассчитана нами исходя из рекомендованных норм потребления.

Общий объем производства продуктов питания рассчитан с учетом количества членов семьи, ее полового и возрастного состава.

Структура и потребность в кормах для производства единицы животноводческой продукции рассчитаны в соответствии с групповыми нормами расхода кормов для производства продукции животноводства и птицеводства в личных подсобных хозяйствах. Был рассчитан выход питательных веществ с 1 га посева кормовых культур с учетом их урожайности. Учитывалась примерная структура рациона животных.

Расход семян, электроэнергии, воды, других оборотных ресурсов рассчитан, исходя из региональных норм, в расчете на единицу работы (ресурса, продукции).

Данная экономико-математическая задача была решена на ПК симплексным методом с помощью табличного редактора EXCEL (поиск решения). Полученные результаты в совокупности с расчетным уровнем затрат позволили обосновать размер валового дохода по каждому варианту.

Диагностика производственно-экономических результатов деятельности основных типов хозяйств населения Республики Мордовия по площади землепользования показала, что при сложившихся условиях хозяйствования и размерах производственно-ресурсного потенциала частные подворья удовлетворяют внутренние потребности своих участников в основных видах сельскохозяйственной продукции и получают определенную выручку от реализации ее излишков. Однако уровень месячного валового дохода в расчете на одно ЛПХ по всем расчетным вариантам невысок (от 764 до 8 463 руб.), что составляет в среднем на одного человека от 255 руб. до 2 821 руб. в месяц, что доказывает непредпринимательский характер деятельности частных подворий региона. Следовательно, ЛПХ Республики Мордовия с площадью землепользования до 1 га не могут рассматриваться как субъекты предпринимательской деятельности. Поэтому для расширения потенциальных возможностей хозяйств населения, увеличения количества товарной продукции и ведения предпринимательской деятельности требуется увеличение площади землепользования до 2 га. При площади землепользования 2 га выручка от продажи продукции составляет 222995 руб. Валовой доход ЛПХ составит 157578 руб. в год, что в месяц в среднем 13131 руб. на семью, т.е. 4377 руб. на одного человека.

Есть ли возможности роста производства, увеличения товарной продукции, повышения экономической эффективности в хозяйствах населения? В том, что имеются резервы повышения эффективности производства, убеждает не только опыт хозяйствования мелких зарубежных, но и некоторых отечественных сельхозпроизводителей.

Урожайность сельскохозяйственных культур и продуктивность скота в хозяйствах населения выше, чем в сельхозпредприятиях. В ЛПХ в отли-

чие от сельскохозяйственных предприятий низкие потери, лучше вкусовые качества продукции

Одним из факторов повышения экономической эффективности хозяйств населения является кооперация в сфере производства и обращения, позволяющая сокращать время, затраты труда, материальные и денежные затраты. Нужно существенным образом изменить условия производства, необходима серьезная поддержка со стороны государства и сельскохозяйственных предприятий.

Повышение эффективности хозяйств населения зависит от взаимодействия с сельхозпредприятиями, его внешних связей. Снижение трудоемкости зависит от обеспеченности средствами малой механизации; развитие приусадебного животноводства от обеспеченности кормами, выделения пастбищ, сенокосов; повышение культуры производства от поставок высокопородного молодняка, скота и птицы, снабжения населения семенами и саженцами плодовых деревьев, минеральными удобрениями; улучшение положения со сбытом продукции во многом зависит от развития государственной и кооперативной приемно-заготовительной системы, расширения сети и благоустройства продовольственных рынков.

Занятость на приусадебном участке служит частичным противовесом безработице, способствует наиболее полному использованию трудовых ресурсов на селе. Товарная продукция сельских подворий позволяет существенно увеличить загрузку производственных мощностей перерабатывающих предприятий. Сотрудничество агрофирм и хозяйств населения взаимовыгодно. Агрофирмы имеют дополнительный источник сырья для перерабатывающих предприятий, а крестьяне, получая поддержку, развивают свое подворье.

В целях эффективного развития личных подсобных хозяйств населения необходима разработка и принятие нормативных актов на федеральном уровне. Законодательная база должна быть направлена на закрепление позитивных явлений в развитии личных подворий, на возобновление интеграционных связей их с государственными и другими сельхозтоваропроизводителями, на правую защищенность хозяйств этой категории.

Для достижения перечисленных целей в первую очередь следует решить вопросы:

- организации закупок животноводческой и растениеводческой продукции полученной в хозяйствах населения;
- обеспечения личных подворий молодняком скота и птицы, кормами;
- выделения ссуд, кредитов на строительство производственных помещений, приобретение средств механизации на льготных условиях;

- передачи сельскохозяйственными предприятиями животноводческих помещений в аренду населению для организации производства сельскохозяйственной продукции;
- включения личных подворий населения в систему государственного племенного, поставок населению высокоурожайных сортов семян овощных культур, картофеля, посадочного материала плодовых и ягодных культур.

В настоящее время социально-экономический статус личного подворья значительно повысился, так как приусадебное хозяйство стабилизирует социальную ситуацию в сельской местности. Можно предположить, что экономическая роль хозяйств этой категории останется для жителей села на ближайшую перспективу достаточно значимой.

Список литературы:

1. Сельскохозяйственная деятельность населения / Стат.сб.№304 / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Мордовия. – Саранск, 2007. – 24 с.

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
II Всероссийской научно-практической конференции
«АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК»

Подписано в печать 27.06.2008. Формат 84×60X1/16. Бумага офсетная.
Тираж 500 экз. Уч.-изд. л. 25,8 Печ. л. 26,6 Заказ 070108

Отпечатано в типографии
ООО Издательство «СИБПРИНТ»
630099, г. Новосибирск, ул. Максима Горького, 39



ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
(г. Новосибирск)

с целью оказания помощи в опубликовании результатов научно-исследовательских работ профессорско-преподавательского состава, молодых ученых, аспирантов и магистрантов проводит конференции, готовит к выходу сборники научных трудов «АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ», а также осуществляет подготовку и публикацию коллективных научных монографий по различным областям знаний.

Информацию об условиях публикации результатов научных исследований и требования к оформлению материалов можно получить по телефонам Центра развития научного сотрудничества в г. Новосибирске:

8-383-291-79-01 Чернов Сергей Сергеевич, руководитель ЦРНС

8-913-749-05-30 Хвостенко Павел Викторович,
ведущий специалист ЦРНС

или по электронной почте: **monography@ngs.ru**
monography@mail.ru

НАДЕЕМСЯ НА ПЛОДОТВОРНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО!