

Редакционный совет:

Голенков В.А., *председатель*
Радченко С.Ю., *зам. председателя*
Борзенков М.И.
Колчунов В.И.
Попова Л.В.
Степанов Ю.С.

Главный редактор серии:
Светкин В.В.

Заместители
главного редактора серии:
Садков В.Г.,
Аронов Д.В.,
Фролова Н.А.,
Снежко О.А.

Ответственный за выпуск:
Садков В.Г.,
Аронов Д.В.,
Машегов П.Н.

Адрес редколлегии серии:
302020, г. Орёл,
Наугорское шоссе, 40
Институт бизнеса и права ОрелГТУ
редколлегия журнала Известия
ОрелГТУ.
Серия «Социально-экономические и
гуманитарные науки»
e-mail: z0604@ostu.ru;
taxpol@ostu.ru.

Подписной индекс 29504
по объединенному каталогу
«Пресса России»

Печать ризография. Бумага
офсетная.
Печ. л. – 17,8
Тираж 500 экз.

Журнал «Известия ОрелГТУ»
входит в перечень ведущих
рецензируемых научных журналов и
изданий, определенных ВАК, для
публикации трудов на соискание
ученых степеней.

© ОрелГТУ, 2008

СОДЕРЖАНИЕ

I. НАУКА УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВОМ И ЭКОНОМИКОЙ

<i>Маслова И.А., Дедкова Е.Г.</i>	
Методы и факторы оптимизации налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов	4
<i>Шатунова Н.Н.</i>	
Уровень жизни населения тенденции и проблемы	9
<i>Котьков А.Н.</i>	
Трудовая мобильность населения в России: проблемы и особенности	15
<i>Афонина Т.Н.</i>	
Предпринимательство как фактор социальной адаптации молодежи на рынке труда	18
<i>Федякова Н.И.</i>	
Роль государства в обеспечении эффективности функционирования налоговой системы и налоговых органов: зарубежная практика и российский опыт	21
<i>Сахаров Г.В., Каратаева Г.Е.</i>	
Налоговая оптимизация: понятие, принципы, методы	25
<i>Садков В.Г., Деренговский А.И.</i>	
Анализ опыта отечественного бизнес-инкубирования и ключевые направления его развития	29
<i>Кузнецова О.Б.</i>	
Основные подходы к оценке эффективности социальных инноваций в системе межсекторных взаимодействий	34
<i>Подрезов А.Н.</i>	
Методические аспекты анализа и прогнозирования структурных изменений экономики	36
<i>Родионова Е.М.</i>	
Понятие, структура и классификация источников инвестиций в интеллектуальный капитал научных работников	41
<i>Русу Я.В.</i>	
Стратегическое прогнозирование спроса на рабочую силу на микроуровне и основные проблемы анализа прогноза	47
<i>Брехова Т.Б.</i>	
Формирование институтов синхронизации инновационно-образовательных циклов	51
<i>Рудакова О.В.</i>	
Уровень жизни населения Орловской области на фоне российских и мировых тенденций	53
<i>Маслова О.Л., Кирсанова Л.Н.</i>	
Основные системные изменения потребительского рынка	57

II. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

<i>Колмыкова Т.С.</i>	
Тенденции развития капиталовложений в машиностроительном комплексе	61
<i>Бурцева М.И.</i>	
Управление инновационным развитием промышленности на основе интеграции хозяйствующих субъектов и использования эффекта синергии	64
<i>Сапрыкина А.Е.</i>	
Пути повышения инновационности в развитии отечественного машиностроения	67

<i>Данилкин В.В., Артемова Е.Н.</i> Особенности использования разных видов транспорта российскими туроператорами при формировании групповых экскурсионных туров в Германию	69
<i>Подрезов А.Н., Шуметов В.Г.</i> Прогнозирование отраслевых структурных сдвигов в промышленности в результате реализации инвестиционных проектов	74
<i>Аксенов К.В., Смородинов Т.К.</i> Оценка экономической эффективности реализации инновационных проектов в дорожной отрасли	79
<i>Мильх Ф.Г.</i> Стратегическое планирование развития предприятий легкой промышленности	84
<i>Экнодиосова О.Г., Артемова Е.Н.</i> Рейтинг распространенности отечественных франчайзинговых туристских сетей на российском рынке и в странах СНГ	87
<i>Губина О.В.</i> Особенности анализа финансовых результатов торговой организации	91
<i>Стеценко А.В.</i> Информационное обслуживание в системе АПК	97
<i>Шпакова А.В.</i> О роли и приоритетах современной торговли	100
<i>Щербаков Д.А.</i> Методы превентивного управления и разработка инновационной превентивной антикризисной программы предприятий агропромышленного комплекса	104

III. ПРОБЛЕМЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

<i>Бутенко И.В., Козик А.В.</i> Основные направления совершенствования анализа трудовых ресурсов и оценка тенденций и перспектив их развития в Орловской области	109
<i>Легостаева С.А., Рудакова О.В.</i> Методические подходы к оценке инновационного потенциала региона по формированию системы школьного питания	114
<i>Литвинова Е.Н.</i> Современные подходы к позиционированию в территориальном маркетинге	119
<i>Кванина И.Е.</i> Бюджетная сбалансированность субъектов РФ в контексте двух подходов «доноры» и «реципиенты»	121
<i>Греченюк О.Н.</i> Анализ инновационной активности в регионе как фактора формирования его инвестиционного климата	126
<i>Исаев Р.А., Моногаров О.М.</i> К вопросу формирования интегрированных инновационных структур экстерриториального типа	128
<i>Мосина Е.И., Самостроев Г.М.</i> Продвижение стратегии развития региона на основе event-маркетинга	131

IV. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

<i>Никитин С.А., Фаустова И.Л.</i> Оценка эффективности функционирования систем энергосбережения промышленных предприятий	135
<i>Попова Л.В., Перелыгина И.Н.</i> Особенности налогового планирования торговой деятельности в структуре потребительского кооператива	137
<i>Фаустова И.Л.</i> Обоснование необходимости нормирования расхода электроэнергии на промышленных предприятиях в направлении политики энергосбережения	144
<i>Магомедалиева О.В., Евсеева И.А.</i> Сравнительная характеристика процессно-ориентированной и стоимостной концепций управления промышленным предприятием	147
<i>Подрезов П.Н.</i> Методические подходы к моделированию инвестиционной привлекательности промышленных предприятий	151
<i>Мозгунова Н.Н.</i> Моделирование инвестиционной стратегии промышленного предприятия	156
<i>Черенкова С.С.</i> Повышение эффективности деятельности предприятия на основе применения методов процессного управления	161

V. УЧЕТНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Боброва Е.А., Мерцалова А.И.

Порядок отражения в бухгалтерском и налоговом учете результатов инвентаризации 164

Анненкова А.А., Комов О.И.

Направления совершенствования системы статистической оценки развития малого бизнеса 171

VI. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ - ОБЩИЕ ПРОБЛЕМЫ

Никитин С.А., Мозгунова Н.Н.

Особенности инвестиционной деятельности предприятия на стадиях его жизненного цикла 174

Сотникова Е.А.

Показатели интенсификации промышленного производства 177

Королева О.А.

Оценка эластичности реакции конкурентов 181

Васильева Т.Н., Трубина И.О.

Опережающее конкурентное преимущество на рынке инвестиций 184

Шелаева Е.В., Машегов П.Н.

Институциональная модель инновационного процесса и формирование системы управления фирмой 187

Блок М.А.

Влияние новых коммуникационных каналов на развитие рекламного рынка России 190

Кирсанова Л.Н.

Тенденции и перспективы развития рынка потребительских товаров длительного пользования 194

Федотов В.Н., Поповичева Н.Е.

К вопросу о моделировании жизненных циклов технологии 197

Платонов А.Н.

Обоснование критериев отнесения хозяйствующих субъектов к категории малых и средних предприятий с целью повышения их инновационной активности 200

Парушина Н.В., Губин В.Е., Губина О.В.

Методические основы анализа инвестиционной и деловой активности экономических субъектов 202

Сидорова О.Н., Блок М.А.

Мобильная реклама в России: проблемы и перспективы развития 209

VII. ФИНАНСЫ И ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Садков В.Г., Ветрова В.В.

Маркетинговое исследование состояния, тенденций, закономерностей и проблем развития российского фондового рынка в целях обоснования его оптимальной структуры 212

Бельский А.А.

Формирование системы мониторинга лизингового рынка 218

Мекшенева Ж.В.

Российский рынок ценных бумаг инновационных и растущих компаний – анализ и перспективы 222

Борисова Л.И.

Учет по центрам финансовой ответственности – важнейшее звено системы управленческого учета в строительстве 223

I. НАУКА УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВОМ И ЭКОНОМИКОЙ

Маслова И.А., Дедкова Е.Г.

МЕТОДЫ И ФАКТОРЫ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

Орловский государственный технический университет

Одной из важнейших и наиболее дискуссионных в теории и практике налогового планирования на предприятиях является проблема расчета и оптимизации налоговой нагрузки.

Налоговая нагрузка на уровне хозяйствующего субъекта – это относительный показатель, характеризующий долю начисленных налогов в полученных доходах (т.е. доход, сформированный по правилам налогового учета и включающий выручку от реализации и внереализационные доходы, увеличенные на сумму косвенных налогов), рассчитанных с учетом требований налогового законодательства по формированию различных элементов налога.

Снижение налоговой нагрузки экономических субъектов достигается путем оптимизации.

Оптимизация налогов (легальное уменьшение налогов) - это уменьшение размера налоговых обязательств посредством целенаправленных правомерных действий налогоплательщика, включающих в себя полное использование всех предоставленных законодательством налоговых льгот и других законных приемов и способов. Иными словами, это организация деятельности предприятия, при которой налоговые платежи сводятся к минимуму на законных основаниях без нарушения норм налогового и уголовного законодательства.

Для уменьшения налоговой нагрузки налогоплательщики зачастую прибегают к различным методам сокращения налоговых платежей, которые в свою очередь оказываются неправомерными. Существует три основных направления оптимизации налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов (Рисунок 1).

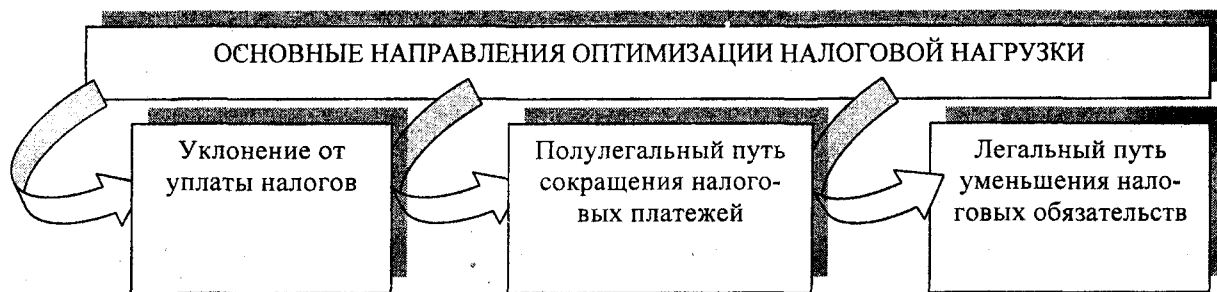


Рис. 1. Основные направления оптимизации налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов

Уклонение от уплаты налогов, т.е. уменьшение своих налоговых обязательств по налоговым платежам, основанное на сознательном, уголовно наказуемом использовании методов сокрытия доходов и имущества от налоговых органов, а также намеренное (умышленное) искажение бухгалтерской и налоговой отчетности. Несмотря на то, что этим методом активно пользуются многие предприниматели, его можно считать бесперспективным, поскольку налоговые органы, чей опыт и компетенция имеют тенденцию к росту по мере накопления информационной базы и совершенствования методов работы, в короткое время смогут обнаружить данные нарушения.

Полулегальный путь сокращения налоговых платежей - это использование противоречий и недоработок нормативных законодательных актов. Он позволяет довольно успешно оспаривать в ар-

битражных судах действия и решения налоговых органов, основываясь на принципе «что не запрещено законом, то разрешено».

Применение данного способа возможно при использовании специальных налоговых режимов определенных территорий, специального статуса и организационно-правовой формы предприятия, его численности и объема реализации продукции, работ и услуг. При использовании этого метода в основном следует учитывать, что законодательная база постоянно пополняется.

Легальный путь уменьшения налоговых обязательств основан на соблюдении налогового законодательства путем корректировки финансово-хозяйственной деятельности компании. На построении системы, позволяющей сочетать маркетинговые и финансовые планы компании с целью эффективно контролировать и своевременно реагировать на изменения как во внешней среде, окружающей компанию, так и на внутренние процессы, протекающие внутри компании.

Основными отличительными характеристиками направлений оптимизации налоговой нагрузки являются следующие (Таблица 1).

Таблица 1
Основные отличия направлений оптимизации налоговой нагрузки

Признаки	Уклонение от уплаты налогов	Полулегальный путь сокращения налоговых платежей	Легальный путь уменьшения налоговых обязательств
Наказуемость	Уголовно наказуемо	Ответственность по решению суда	Не наказуемо
Основной метод	Соккрытие доходов и имущества и искажение налоговой и бухгалтерской отчетности	Использование противоречий и недоработок нормативных законодательных актов	Путем корректировки финансово-хозяйственной деятельности компании
Ограничения по применению	Отсутствуют	При использовании специальных налоговых режимов определенных территорий, специального статуса и организационно-правовой формы предприятия, его численности и объема реализации продукции, работ и услуг	Отсутствуют

Установлено, что при оптимизации налоговой нагрузки образуются два ее направления: легальное и нелегальное. Легальный путь уменьшения налоговых обязательств и полулегальный путь сокращения налоговых платежей с юридической точки зрения в отличие от уклонения от уплаты налогов не предполагают нарушения законных интересов бюджета. В данном случае налогоплательщик использует разрешенные или не запрещенные законодательством способы уменьшения налоговых платежей, то есть не нарушает законодательство. В этом случае действия плательщика не являются налоговым преступлением или правонарушением и, следовательно, не влекут неблагоприятных последствий для налогоплательщика, таких как доначисление налогов, а также взыскание пени и налоговых санкций.

Оптимизация налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов является структурной единицей планирования деятельности организации (Рисунок 2).

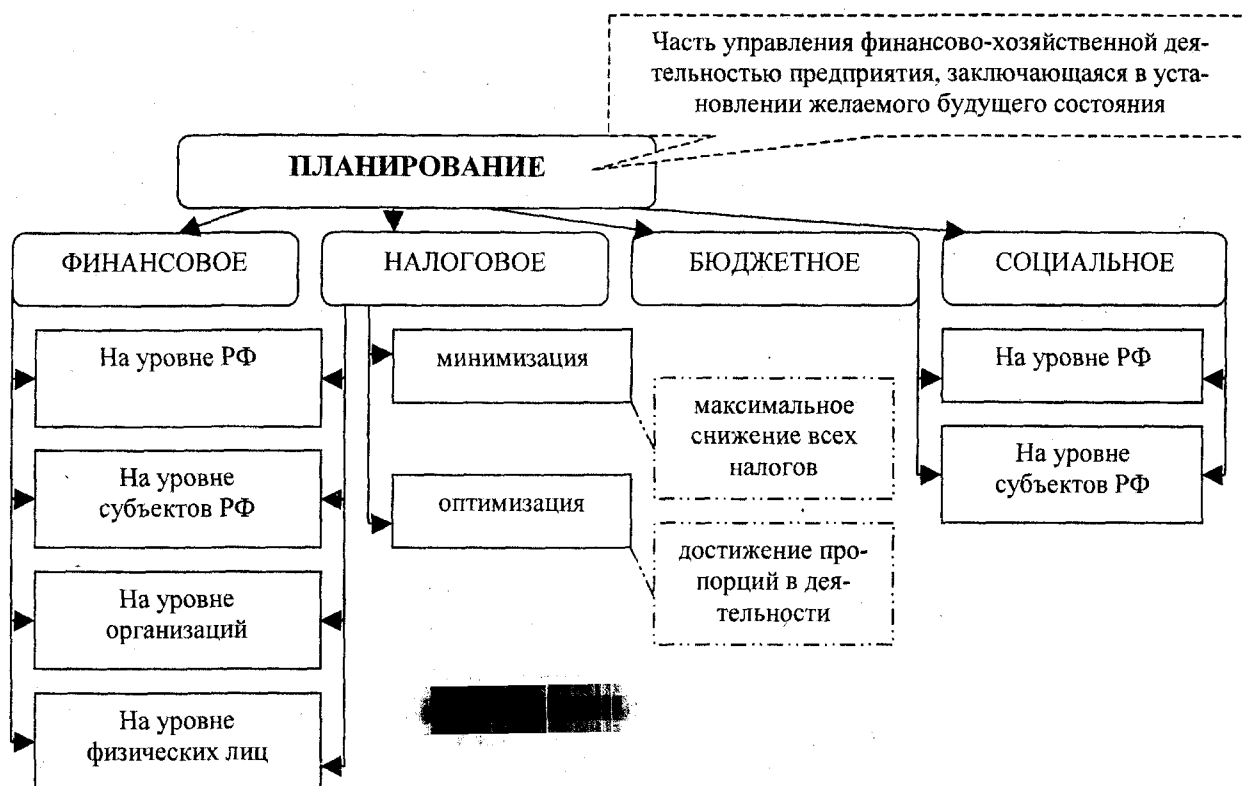


Рис. 2. Место налоговой оптимизации в деятельности хозяйствующих субъектов

В зависимости от периода времени, в котором осуществляется легальное уменьшение налогов, можно классифицировать налоговую оптимизацию как перспективную и текущую.

Перспективная (долгосрочная) налоговая оптимизация предполагает применение таких приемов и способов, которые уменьшают налоговое бремя налогоплательщика в процессе всей его деятельности. Перспективная налоговая оптимизация осуществляется в течение нескольких налоговых периодов и достигается, как правило, посредством правильной постановки на предприятии бухгалтерского и налогового учета, грамотного применения налоговых льгот. Текущая налоговая оптимизация предполагает применение некоторой совокупности методов, позволяющих снижать налоговое бремя для налогоплательщика в каждом конкретном случае в отдельно взятом налоговом периоде. Комплексное и целенаправленное принятие налогоплательщиком мер, направленных на полное использование совокупности всех методов налоговой оптимизации (перспективная и текущая), составляет так называемое налоговое планирование.

В стремлении любыми способами свести к минимуму какой-либо из существенных для себя налогов налогоплательщик часто забывает о том, что ряд налогов и сборов напрямую или косвенно увязан с минимизируемым налогом, причем влияние зачастую является обратно пропорциональным: чем больше снижается один налог, тем в большей степени растет другой.

При разработке схем оптимизации конкретных налоговых потоков необходимо учитывать этот факт, а при создании комплексных схем анализировать вклад каждого налога в изменении налогового бремени налогоплательщика.

С учетом закономерностей оптимизации налоговой нагрузки выделяют классификацию схем оптимизации налоговых потоков. Все комплексные схемы можно разделить на две крупные категории:

- схемы оптимизации налоговой нагрузки;
- схемы уклонения от уплаты налогов.

Критерий разделения схем соответствует механизму классификации процессов воздействия на налоги через оптимизацию и уклонение от их уплаты с разделением последнего на криминальное и

некриминальное уклонение. Если минимизация налогового бремени не содержит признаков уклонения от уплаты хотя бы одного из налогов, то схема является открытой. Если в результате применения схемы минимизация хотя бы одного из комплексов налогов попадает под ответственность по статье Налогового кодекса РФ, то схему относят к «серым» или «теневым». Если те же действия подлежат наказанию даже по одному из налогов в соответствии с Уголовным кодексом РФ, схему можно назвать «черной». В соответствии с изложенными характеристиками оптимизации в настоящее время существуют наиболее актуальные схемы оптимизации налоговой нагрузки. (Рисунок 3).

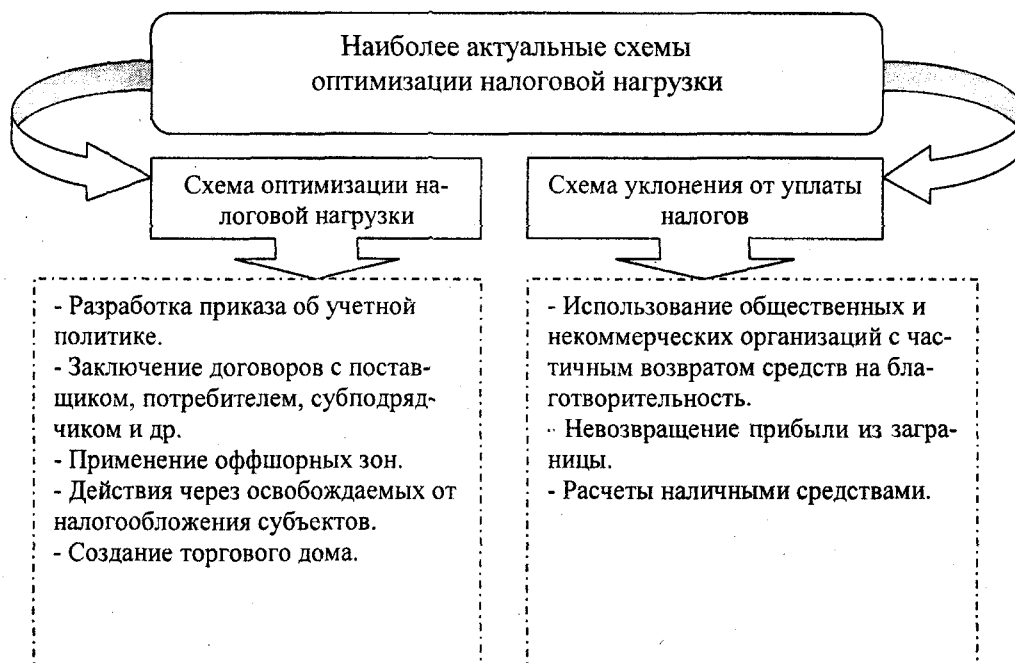


Рис. 3. Актуальные схемы оптимизации налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов

Применение комплексных схем оптимизации налогов и сборов требует от налогоплательщика глубоких знаний и навыков. Перед выбором классифицированных схем или разработкой новых необходимо проанализировать потенциальную эффективность мероприятия. При этом воздействие фактора комплексности схемы может сыграть существенную роль из-за взаимодействия налогов.

В свою очередь налоговым органам необходима практика предотвращения способов снижения налогового бремени путем осуществления деятельности по ликвидации задолженностей перед бюджетом налогоплательщиками и обеспечение выплаты полного объема налоговых обязательств.

Для оптимизации налоговой нагрузки существует достаточно большое количество факторов, которые в свою очередь можно разделить на основные категории (Рисунок 4).

К социальным факторам также относятся личные мотивы экономического субъекта, которыми он руководствуется для определения мер по снижению тяжести налогового бремени.

К экономическим факторам – финансовое положение экономического субъекта, а также его место в экономическом мире.

Политические факторы учитывают уровень государственного регулирования хозяйствующих субъектов, а также политическую ситуацию в стране.

Данный перечень факторов оптимизации налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов не является исчерпывающим.

В свою очередь при оптимизации налоговой нагрузки хозяйствующие субъекты должны учитывать как совокупность вышеприведенных факторов, в полной их взаимосвязи, так и особенности личного производства.

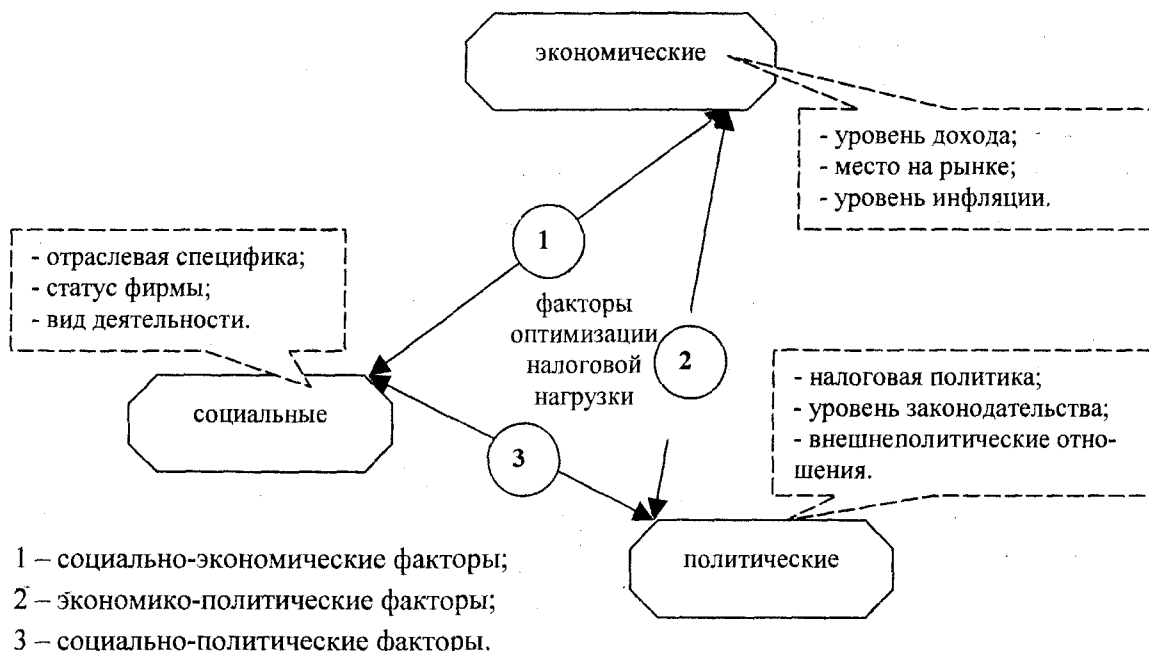


Рис. 4. Факторы оптимизации налоговой нагрузки

1. Винокурова Н.Н., Вишневецкая Н.Г. Налоговая нагрузка хозяйствующих субъектов и ее практическое обоснование // Налоговый вестник. 2005. № 10. С. 12-15.
2. Владленов, А.В. Направления оптимизации налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов // Налоговый курьер. 2005. № 11. С. 24-29.
3. Вылкова Е.С. Расчет налогового бремени в современных российских условиях // Налоговый курьер. 2006. № 1. С. 14-18.
4. Вылкова Е.С. Расчет налогового бремени в современных российских условиях // Налоговый курьер. 2006. № 1. С. 14-18.
5. Демидов А.В. Практическое применение схем оптимизации налоговой нагрузки // Налоговый вестник. 2004. № 1. С. 3-12.
6. Демидов, А.В. Практическое применение схем оптимизации налоговой нагрузки/ А.В. Демин // Налоговый вестник. 2004. № 1. С. 3-12.
7. Дроздова Л.А. Налоговое планирование в схемах и рисунках. М: Современная экономика и право, 2002. 190 с.
8. Злобина Л.А., Стажкова М.М. Практика оптимизации налоговой нагрузки экономического субъекта. М.: Академический проект, 2003. 105 с.
9. Лемихов Ю.К., Лермонтов Ю.М. Налоговое бремя как экономическая категория // Налоговый вестник. 2003. № 11. С. 3-7.
10. Лемихов Ю.К., Лермонтов Ю.М. Налоговое бремя как экономическая категория // Налоговый вестник. 2003. № 11. С. 3-7.

Шатунова Н.Н.

УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ*Орловский государственный институт экономики и торговли*

Принято считать, что предметом национальной безопасности является обеспечение физического выживания общества, сохранения территориальной целостности и суверенитета государства. Однако национальная безопасность представляет собой не только сведение к минимуму угрозы захвата территории и уничтожения населения. Национальная безопасность предполагает также создание условий для нормального развития общества. Экономическая безопасность является и составной частью, и базисом национальной безопасности государства. Экономическая безопасность представляет собой состояние экономики и институтов власти, при котором обеспечиваются гарантированная защита национальных интересов, социальная направленность политики, достаточный оборонный потенциал даже при неблагоприятных условиях развития внутренних и внешних процессов [1]. Экономическая безопасность определяется совокупностью условий, благоприятствующих или препятствующих эффективному динамичному росту национальной экономики.

Угрозы национальной безопасности определяются системой национальных интересов государства, реализуемых как на его территории, так и за ее пределами. Внешние угрозы представляют собой геополитические и внешнеэкономические факторы, а также глобальные экологические процессы, подрывающие национальный суверенитет. Обеспечение внешнеэкономической безопасности требует, чтобы участие страны в мировой экономике способствовало развитию национального хозяйства. Внутренние угрозы – это неспособность страны к самосохранению и саморазвитию, обусловленная состоянием собственной экономики, уровнем социальной напряженности, неэффективностью системы государственного регулирования экономики, прочими факторами.

Российская экономика находится на сложной и противоречивой стадии развития. Реальностью сегодня стала утрата Россией былой экономической неуязвимости, что позволяет ряду стран действовать, не считаясь с нашими национальными интересами. Переход к рыночной экономике, кроме положительных изменений, ради которых он совершался (ликвидация монополий, свобода экономического поведения), принес и отрицательные последствия (реальность потери рабочего места, банкротство предприятий, неопределенность заработка, снижение уровня жизни населения). В последние годы проблема национальной безопасности и ее составляющей – экономической безопасности – приобретает все большее значение. Не будет преувеличением утверждение, что на современном этапе развития для Российской Федерации особое значение имеют экономические аспекты защиты национальных интересов. В этой связи экономическая безопасность становится одним из важнейших условий развития страны:

Несмотря на разность подходов в определении сущности и состава угроз экономической безопасности, практически всеми специалистами подчеркивается связь между показателями, характеризующими общеэкономическое развитие, и уровнем жизни населения как показателем социального благополучия. Следует согласиться с мнением В.Л. Тамбовцева о том, что «для индивидов угрожающими свойствами выступают: текущий уровень благосостояния и качества жизни ...», а «для народного хозяйства страны в состав угрожаемых свойств могут быть внесены: уровень благосостояния и качества жизни; населения; дифференциация уровня и качества жизни ...» [17]. Социальная сфера в концепции обеспечения экономической безопасности характеризуется прежде всего тем, что именно в ней формируется такой элемент производительных сил общества, которым выступает человек, трудящийся. Последствия возникновения угроз экономической безопасности в социальной сфере связаны со снижением уровня и качества жизни населения. Проводимые в России реформы, предоставив гражданам неизмеримо возросшие возможности и свободы, почти по всем компонентам ухудшили жизненный уровень большинства россиян.

Уровень жизни как социально-экономическая категория отличается значительной трудностью определения в связи со сложностью своего внутреннего строения, обусловленной множественностью взаимосвязей и взаимозависимостей различных компонентов, его составляющих. Уровень жизни рассматривается и как общебиологическое, и как социально-экономическое, и как чисто экономическое понятие. Здесь учитываются экономические, социальные, демографические, природно-климатические, региональные, национальные, психологические и многие другие факторы. Уровень жизни – совокупность условий жизни (труда, быта, досуга) населения страны, соответствующих достигнутому уровню ее экономического развития [13]. Категория уровня жизни характеризует структуру потребностей человека и возможности их удовлетворения.

Ведущим показателем уровня и качества жизни является величина валового внутреннего продукта на душу населения. В группе развитых стран этот показатель составляет в среднем 25000 долл. Даже СССР по этому показателю был беднее, чем многие развитые страны. В ходе экономических реформ ВВП упал почти на 50 %. В 1997 г. в России производство на душу населения равнялось 3035 долл., в 1998 г. - 2150 долл. Сегодня ВВП на душу населения составляет 6900 долл. Для сравнения, ВВП на душу населения в США равен 44400 долл., в Японии – 39300 долл., в Еврорегии – 34100 долл. [15]. Сегодня объем ВВП на душу населения (от среднего по развитым странам) составляет фактически только 19%, при пороговом значении 50 % (соотношение фактического и порогового показателей – 0,38).

Важнейшим показателем уровня жизни являются реальные доходы населения, представляющие собой денежное измерение всех благ, получаемых в течение данного периода в расчете на душу населения. Как следует из данных таблицы 1, начиная с 1992 г. реальные доходы населения стали резко уменьшаться, их сокращение продолжалось на протяжении всего реформенного периода. В 1992 г. располагаемые денежные доходы населения упали почти вдвое. В последующие годы отмечался их стабильный рост, но дореформенного уровня они так и не достигают (в середине 90-х гг. достигнут максимальный результат – 70 % от уровня 1991 г.). В конце 90-х гг. отмечается очередной обвал денежных доходов, их уровень составляет только 46 % от уровня 1991 г. Последние семь лет отмечается стойкая тенденция роста реальных денежных доходов населения, в 2007 г. они даже превысили дореформенную величину (105,4 % от уровня 1991 г.). Сегодня в официальных комментариях акцент делается на рост располагаемых денежных доходов и не уделяется внимание тому факту, что в 1992 г. был серьезный спад в жизненном уровне населения.

Таблица 1.
Динамика реальных располагаемых денежных доходов населения РФ, в % [16, 20]

	Годы																
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
к предыдущему году	100	53,0	116,0	112,0	84,0	101,0	106,4	84,0	88,0	113,4	110,1	110,8	114,6	111,2	110,5	110,0	110,4
к 1991 г.	100	53,0	61,4	68,8	57,8	58,4	61,9	52,0	45,7	51,7	56,8	62,5	71,3	79,2	87,1	95,8	105,4

С точки зрения структуры доходов, которая в целом характеризует структуру распределительных отношений, можно представить количественное соотношение различных форм распределения. По данным таблицы 2 можно сделать вывод о ведущей роли распределения по труду в формировании доходов населения вплоть до 1991 г. На заработную плату приходилось 70-80 % совокупных денежных доходов россиян. По сравнению дореформенным периодом ситуация с доходами населения в России изменилась коренным образом. Это изменение связано со значительным увеличением доли доходов от собственности при адекватном снижении доли доходов в виде оплаты труда. Такое рас-

пределение доходов вряд ли можно назвать справедливым, поскольку за последние годы такой фактор, как труд, значительно обесценился. Снижение доли заработной платы до 60 % совокупного дохода населения является негативной тенденцией, которая не приближает, а отдаляет нас от рыночной экономики. В экономически развитых странах доля оплаты труда, как правило, не опускается ниже 65-70 %. Размеры заработной платы позволяют основным категориям населения в достаточной мере удовлетворять свои потребности.

Таблица 2.
Структура денежных доходов населения РФ [16], [20]

	Год							
	1965	1992	1995	1998	2000	2002	2004	2006
Всего денежных доходов	100	100	100	100	100	100	100	100
в том числе:								
оплата труда	84,1	73,6	62,8	64,9	62,8	65,8	63,2	66,4
социальные трансферты	10,6	14,3	13,1	13,4	13,8	15,2	13,8	13,2
-	-	-	-	-	-	-	-	-
доходы от предпринимательской деятельности	-	8,4	16,4	14,4	15,4	11,9	11,7	11,2
доходы от собственности	-	1,0	6,5	5,5	6,8	5,2	9,1	7,2
доход от других источников	5,3	2,7	1,2	1,8	1,2	1,9	2,2	2,0

Уровень жизни населения определяется не только уровнем доходов, но и справедливостью их распределения. Реформирование экономики существенно изменило социальную структуру российского общества. С момента начала экономических преобразований в стране размер личных (семейных) доходов населения становится наиболее существенным фактором социальной дифференциации. Либерализация цен 1991-1992 гг. сопровождалась высокими темпами инфляции, многократным ростом номинальных доходов населения и повышением их дифференциации. Формирование рыночных отношений не может не приводить к усилению дифференциации доходов, однако степень социальной дифференциации российского общества сегодня слишком велика. Как свидетельствуют данные таблицы 3 разрыв между доходами 10 % самых высокодоходных групп населения и 10 % самых низкодоходных групп возрос с 12,9 раз в 1996 г. до 14 раз в 2006 г. и почти до 16 раз в 2007 г. при пороговом значении показателя 8 раз (соотношение показателей 0,62 и 0,57, соответственно). По экспертным оценкам ряда экономистов величина доходов представителей десятого дециля равна совокупному доходу 90 % населения, а доля доходов 1-1,3 % самых богатых россиян составляет 52-70% ВВП. По данным аналитического центра ИСПИ РАН, 23 гражданина России владеют средствами, равными бюджету страны [11]. За относительно короткий исторический период Россия по показателям социально-экономической дифференциации оказалась на одном из первых мест среди индустриальных стран. По степени дифференциации доходов Россия примыкает к группе развивающихся государств, о чем свидетельствует значение коэффициента Джини. Если в 1991 г. коэффициент Джини составлял 0,260, в 1992 г. - 0,289, то в 1994 г. уже 0,409; в 1998 г. - 0,379; в 2004 г. - 0,406. Для сравнения, значение коэффициента Джини в США составляет - 0,408 (1997 г.), в Великобритании - 0,361 (1991 г.), Швеции - 0,250 (1992 г.), Японии - 0,249 (1993 г.), Зимбабве - 0,568(1991 г.), Мексике - 0,537 (1995 г.), Чили - 0,565 (1994 г.) [9].

Распределение общего объема денежных доходов населения РФ [16, 20]

	Годы										
	1985	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007
Денежные доходы всего:	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
В том числе:											
первые 20%	10,0	11,9	6,0	5,3	6,2	6,0	5,9	5,7	5,4	5,4	5,1
вторые 20%	14,6	15,8	11,6	10,2	10,7	10,4	10,4	10,4	10,1	10,1	9,8
третьи 20%	18,3	18,8	17,6	15,2	15,1	14,8	15,1	15,4	15,1	15,1	14,8
четвертые 20%	23,1	22,8	26,5	23,0	21,6	21,2	21,9	22,7	22,7	22,6	22,5
пятые 20%	34,0	30,7	38,3	46,3	46,4	47,6	46,7	45,8	46,7	46,8	47,8
Коэффициент Джини	-	0,260	0,289	0,409	0,387	0,399	0,395	0,397	0,409	0,410	0,422
Коэффициент фондов (раз)	-	4,5	8,0	15,1	13,0	13,4	13,9	14,0	15,2	15,3	16,8

В России, как и в большинстве стран мира, уровень бедности определяется на базе бюджета прожиточного минимума. Новый Федеральный закон «О потребительской корзине в целом по РФ» был принят 10 марта 2006 г. Однако, как и прежде, бюджет прожиточного минимума отличается крайней скудостью. Например, 1 бюстгальтер на 3 года положен россиянке по новым нормам потребительской корзины, 3 предмета «верхней пальтовой группы» положено носить 7,5 года, 2 пары обуви – 1 год, 1 костюм и 1 юбку – 5 лет, 1 брюки – 4 года [18]. Динамика численности населения с доходами ниже прожиточного минимума представлена в таблице 4. Единственной положительной тенденцией в группе показателей, характеризующих уровень жизни, является снижение доли населения, имеющего доходы ниже прожиточного минимума с 20 % в 1996 г. до 16 % в 2006 г., при пороговом значении 5 % (соотношение показателей – 0,29 и 0,31, соответственно) [3].

Таблица 4

Динамика численности населения с доходами ниже прожиточного минимума [16, 19]

Показатели	Годы										
	1992	1995	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Величина прожиточного минимума (в среднем на душу населения) руб. в мес. (до 2000 г. – тыс. руб.)	1,9	264	493,3	907,8	1210	1500	1808	2112	2376	3018	3422
Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума:											
млн. человек	49,7	36,3	34,2	41,6	42,3	39,4	34,6	29,3	25,5	25,2	21,6
в % от общей численности населения	33,5	24,7	23,3	28,4	29,1	27,3	24,2	20,3	17,8	17,7	15,3

Потребление основных продуктов питания на душу населения также является одним из важнейших показателей, характеризующих уровень жизни населения. В связи с резким понижением уровня жизни населения особенно сильно сократилось потребление дорогостоящих белковосодержащих продуктов. Потребление на душу населения мяса и мясопродуктов уменьшилось с 75 кг. в 1990 г. до 47 кг. в 2001 г., или на 38 %; молока и молочных продуктов – с 386 кг до 221 кг, или на 43 %; рыбы и рыбопродуктов – с 20,3 кг до 10,6 кг, или на 48 %; яиц – с 297 до 236 шт., или на 21 %. В тоже время потребление хлеба сохранилось на прежнем уровне (119 кг), а картофеля даже выросло более чем на 15% (со 106 до 122 кг) [4]. Для сравнения, потребление мяса и мясопродуктов в год на душу населения в США составляет 120 кг, Японии – 44 кг, Германии – 88 кг, Польше – 61 кг; рыбы и рыбопродуктов в США – 11 кг, Японии – 58 кг, Германии – 14 кг, Польше – 10 кг; картофеля в США – 59 кг, Японии – 102 кг, Германии – 73 кг, Польше – 132 кг [16]. Суточная калорийность питания на душу населения в России сейчас составляет 2775 ккал. По этому показателю Россия приблизилась к

уровню Молдавии, Индии, Бангладеш, Таиланда, Боливии, Туркмении. В развитых странах (Великобритании, Германии, Финляндии, США, Канаде и др.) он превышает 3000 ккал [14].

Сегодня население страны поставлено в такие условия, когда любая, даже самая эффективная стратегия реформ не может быть реализована без немедленного спасения трудового потенциала страны, для чего необходимо проведение эффективной социальной политики. После пятнадцати лет реформ стала очевидной пагубность недооценки решения социальных проблем. Реформы в их избранном варианте привели к беспрецедентной производственной деградации и обнищанию значительной части населения. Как следует из приведенных выше данных, по большинству пороговых значений индикаторов уровня жизни населения экономика России находится в зоне опасности. Вызванное недостаточно продуманными способами реформирования экономики падение уровня жизни в последние годы стало едва ли не главным препятствием к осуществлению необходимых реформ и обеспечению высоких темпов экономического роста.

Снижение качества трудовых ресурсов является основным негативным следствием падения уровня жизни населения. С возникновением глобальных рынков знания стали фактором конкурентоспособного преимущества страны. Сегодня в основе экономической мощи и конкурентоспособности страны лежит труд десятков миллионов людей. В мировой практике уровень и динамика здоровья населения ставятся на первое место среди всех прочих компонентов уровня жизни, т.к. рассматриваются как базисная потребность человека и главное условие его деятельности. Основными показателями, характеризующими состояние здоровья человека являются продолжительность жизни, уровень смертности, длительность и тяжесть заболеваний, структура питания и пр. На протяжении нескольких лет в стране наблюдается естественная убыль населения. Депопуляция населения обнаружилась в 1992 г. (составила 1,5 %) и продолжается по сегодняшний день (6,5 %). Средняя продолжительность предстоящей жизни россиян составляет 65 лет. В странах третьего мира этот показатель – 62 года, в развитых – 75 лет. Нехватка кадрового потенциала превращается чуть ли не в основной ограничитель реформ. По прогнозам, уже в ближайшие годы Россию ожидает дефицит рабочей силы от 5 до 7 млн. человек. Ситуация со здоровьем россиян такова, что это, пожалуй, на сегодняшний день самая реальная угроза безопасности страны.

Низкий уровень оплаты труда является одним из основных факторов маргинализации общества и экономики. По мнению большинства специалистов, в России происходит обесценение труда. Заработная плата, если брать ее средний уровень, перестала выполнять свои основные функции – воспроизводительную, стимулирующую и распределительную. Среднемесячная номинальная заработная плата в России меньше, чем во многих странах мира: в 2004 г. она составляла 234 долл., в 2005 г. - 303 долл., в 2006 г. - 395 долл. [20]. Для сравнения: в Германии - 4080 долл., Канаде – 3080 долл., США и Италии – 1950 долл., во Франции – 2590 долл., Великобритании – 2480 долл., Японии – 2210 долл., Корею – 1300 долл., Мексике – 810 долл., Чили – 774 долл., Турции – 486 долл. [10]. По уровню заработной платы работников Россия занимает 40-е место в Европе, опережая лишь другие страны СНГ, Албанию, Болгарию и Сербию [12]. Соответственно в формировании размера оплаты труда задействован и механизм трудовой мотивации. Производительность труда является основным показателем эффективности. Сегодня часовая производительность труда в России ниже, чем в Италии, в 4 раза, Франции – в 3,8 раза, США – 3,6 раза, Японии и Германии – в 2,8 раза [10]. По результатам исследования, проведенного Международной организацией труда, производительность труда одного человека в год составляет: в США - 63885 долл., Ирландии – 55986 долл., Люксембурге – 55641 долл., России – 18000 долл. [7].

Падение уровня жизни населения приводит к сокращению объема потребления. Сокращение потребительского спроса, в свою очередь, усугубляет экономический кризис и отрицательно сказывается на уровне занятости населения. Уменьшение спроса, в конечном итоге, может привести к сокращению, а в ряде случаев даже остановке производства. Сокращение потребительского спроса сегодня является одной из существенных причин упадка целого ряда отраслей российской экономики, высокого уровня безработицы.

Как мы уже отмечали, угрозы экономической безопасности страны должны рассматриваться преимущественно в рамках экономических процессов. Однако угрозы экономической безопасности страны проявляются и во внеэкономической сфере. Наибольшую опасность, в этом отношении, представляют политические потрясения в обществе из-за недовольства масс своим экономическим положением. Социальная дифференциация общества есть всемирный исторически необходимый процесс, обусловленный дальнейшим разделением и распределением труда в общественном производстве. Она усложняет и совершенствует функциональную структуру общества, создавая при этом социальные различия в уровне и качестве жизни, в образовании, культуре, участии в управлении. Сегодня в стране отмечается резкое расслоение населения по уровню достатка и качеству жизни. Ощущение себя бедным или богатым не может не влиять на социальную атмосферу в обществе.

В стране сформировались огромные различия в условиях и уровне жизни отдельных групп населения, произошла глубокая поляризация доходов, возникло принципиально новое явление – социальный разлом общества. Высокая социальная дифференциация общества, значительная доля бедного населения, снижение уровня жизни большинства россиян определяют полярные ценностные ориентации и мотивы поведения людей различных социальных групп, что, в свою очередь, способствует усилению социальной нестабильности в обществе. В обществе зреет протест против проводимой социально-экономической политики. Официальная статистика свидетельствует, что в последние годы в результате улучшения экономической ситуации в стране, роста реальных доходов населения наблюдается снижение числа выступлений трудящихся за свои права, что свидетельствует о возрастающей социальной стабильности общества. Однако, по данным опроса, проведенного социологами из Левада-центра 28 % россиян признались, что считают возможными массовые выступления в защиту прав в своем городе или районе. Пять лет назад таких признаний было в два раза меньше – 15 % [2].

В ходе экономических реформ в России шел процесс размывания среднего класса, в основном за счет перехода в низкодоходные группы населения. Экономическим и политическим выражением среднего класса является центризм. Именно отсутствием стабилизирующего влияния среднего класса на экономические и политические процессы объясняются характерные для России резкие повороты истории, скачки из одной крайности в другую, предпочтения революционного решения проблем эволюционному и многое другое. Сегодня средний класс как таковой в России только формируется, и он должен исполнить важнейшую для обеспечения прогрессивного развития общества функцию стабилизатора, смягчающего действия классов-оппонентов, как в сфере экономики, так и в сфере политики.

Государство обязано создавать благоприятные условия для безопасной и благополучной жизнедеятельности людей, обеспечивая экономический рост и социальную устойчивость общества. В рекомендациях Международной организации труда (МОТ) «Об основных целях и нормах социальной политики» записано: «Государству необходимо принимать все меры для обеспечения жизненного уровня, включая пищу, одежду, жилье, медицинское обслуживание и социальное обеспечение, а также образование, которые необходимы для поддержания здоровья и благосостояния независимых производителей и наемных работников и их семей» [5]. В ст. 7 Конституции записано: «Российская Федерация – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека» [6]. В этой связи в юридическом смысле высокий уровень жизни является реализацией права на достойную жизнь и свободное развитие человека.

Сегодня политика государства должна быть направлена, прежде всего, на преодоление бедности, которая приняла массовые масштабы, а также смягчение значительной дифференциации в доходах и потреблении богатых и бедных. В настоящее время возникла необходимость принятия неотложных мер по стабилизации уровня жизни населения России, совершенствованию распределительных отношений. При выборе путей, методов социальной защиты неимущих слоев населения необходимо исходить, прежде всего, из того, что основным гарантом этих программ является государство, а главным источником финансирования – государственный бюджет. Ведущая роль государственного

регулирования доходов и уровня жизни населения в переходный период должна находить свое отражение в смягчении возможных неблагоприятных последствий либерализации экономики, сохранении необходимого баланса между требованиями экономической эффективности и социальной защиты населения.

1. Богданов И. Экономическая безопасность России: теория и практика. М.: ИСПИ РАН, 2001. С. 24.
2. Бурибаев А. Рабочие без движения // Newsweek. 2006. № 46. С. 37.
3. Глазьев С. Национальная безопасность России под угрозой? [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://glazev.ru/art/2369>
4. Емельянов А. Структурные сдвиги в продовольственной сфере и качество жизни населения // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2004. № 4. С. 64.
5. Конвенция 117 МОТ «Об основных целях и нормах социальной политики» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.ilo.ru/standards/conv/conv117.htm>
6. Конституция Российской Федерации. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. С. 4.
7. Миронова Ю. Американцы вкалывают, а мы вмазываем? // Просторы России. 2007. № 36 (5 сентября). С. 5.
8. Основные социально-экономические показатели РФ // Вопросы статистики. 2005. № 9. С. 89.
9. Римашевская, Н. Экономическая стратификация населения России // Общество и экономика. 2002. № 12. С. 8.
10. Родионова Н. Почему большинство россиян мало зарабатывает // Человек и труд. 2005. № 10. С. 53, 54.
11. Родионова Н. Почему большинство россиян мало зарабатывает // Человек и труд. 2005. № 11. С. 69.
12. Роиц В. Регулирование заработной платы – центральный вопрос социальной политики государства // Человек и труд. 2005. № 3 С. 55.
13. Румянцева, Е. Новая экономическая энциклопедия. 2-е изд. М. ИНФРА-М, 2006. С. 647
14. Савченко П., Федорова М., Шелкова Е. Уровень и качество жизни: понятия, индикаторы, современное состояние в России // Российский экономический журнал. 2000. № 7. С. 70.
15. Сенчагов, В. Экономическая безопасность России // ЭКО. 2007. № 5. С. 17.
16. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2006: Стат. сб. / Росстат. М., 2006.
17. Тамбовцев, В.Л. Экономическая безопасность хозяйственных систем: структура проблемы // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 1995. № 3. С. 7.
18. Цифра недели // Профиль. 2006. № 10. С. 9.
19. Электронный ресурс // Режим доступа: http://www.gks.ru/bgb/reg/b07_13/IssWWW.exe/Stg/d02/06-01.htm
20. Электронный ресурс // Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/2007/b07_11/07-08.htm

Котьков А.Н.

ТРУДОВАЯ МОБИЛЬНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ

Орловский государственный университет

Вследствие перехода России к рыночным принципам организации экономики произошел отказ от централизованной системы размещения трудовых ресурсов. Выбор места работы сегодня в гораздо большей степени обусловлен личными потребностями и возможностями работника, а не потребностями народного хозяйства страны. Россия - уникальное государство по пространственной протяженности, по степени территориальной, социально-экономической и этнической дифференциации. Длительное время целостность российского государства, в том числе и экономики, обеспечивалась наличием государственной идеологии и сильной исполнительной вертикалью власти, господством государственной собственности и централизованной экономической политикой. Сегодня эти факторы полностью или частично разрушены. Россия вступила на путь, по которому идет значительное количество демократических стран мира, поэтому сохранение целостности государства, обеспечение его нормального функционирования возможно лишь на основе изменения отношений центра с регионами, регионов с территориями и местностями.

Проблема рационального размещения трудовых ресурсов является в настоящий момент одной из наиболее актуальных для экономики России, поскольку ее решение предопределяет дальнейшую траекторию развития страны, задает темпы и ограничения экономического роста. В этой связи самого пристального внимания заслуживает трудовая мобильность — один из элементов рыночного меха-

низма, способствующий повышению эффективности распределения работников между различными секторами, отраслями экономики, а также предприятиями.

Трудовая мобильность населения приводит в сбалансированное положение спрос на труд и его предложения, в свою очередь, обеспечивая предприятия квалифицированной рабочей силой, а работника (обладающего ресурсом) - средствами для удовлетворения своих потребностей.

С другой стороны, трудовая мобильность, как стратегия поведения занятого индивида, приводит к улучшению положения работника, поскольку открывает новые возможности, перспективы повышения заработной платы, улучшения условий труда по сравнению с текущим местом работы. На уровне страны в целом процессы трудовой мобильности обеспечивают такое распределение рабочей силы между отраслями, которое отвечает потребностям текущей ситуации, современному уровню развития экономики, а также отражают направления и интенсивность структурных преобразований.

Составными компонентами трудовой мобильности выступают профессиональный, квалификационный и карьерный виды мобильности. Их изменение зависит от числа и проницаемости стратификационных каналов, а также от динамики качественных характеристик работника: образования, квалификации, состояния здоровья, профпригодности и др. [1].

Также различают вертикальную и горизонтальную мобильность. Вертикальная мобильность связана с повышением или понижением профессионального статуса. Переход к более высокому положению называется восходящей мобильностью и характеризует высокую конкурентоспособность и профессиональную адаптацию индивида. Возможность продвижения вверх означает не только увеличение доли получаемых социальных благ, но и более полную профессиональную реализацию.

Начало 90-х гг. в России сопровождалось очень высокими темпами и масштабами трудовой мобильности. Так, за 1991–1996 гг. 42 % работников поменяли профессию. Валовой оборот рабочей силы в 1990-х гг. составлял в среднем около 50 % в год [2]. Это означает, что в тот период практически каждый второй работник в стране раз в год увольнялся или нанимался на работу [3].

Высокая интенсивность трудовой мобильности была свойственна всем странам с переходной экономикой. В первую очередь это объясняется структурной перестройкой, нашедшей отражение в изменении отраслевой структуры экономики. В предреформенный период промышленность практически всех социалистических стран представляла собой непропорционально раздутый сектор экономики, а вес отраслей сферы услуг и финансового сектора в общем объеме ВВП был, напротив, незначительным.

Говоря о трудовой мобильности в Российской Федерации в конце XX в., можно сказать, что это была в основном внутрирегиональная мобильность населения. Здесь в процессе мобильности были задействованы все 3 фактора, вызывающие мобильность населения, т.к. уровень жизни большинства страны был низким. Межрегиональной мобильности отводилось явно не первое место в предпочтениях рабочего населения. Также можно сказать, что в переходном периоде не были четко выделены задачи кадровой службы организации по планированию уровня мобильности персонала.

Таким образом, из-за оттока трудового населения в другие отрасли народного хозяйства и регионы нашей страны региональное неравенство в количестве трудовых ресурсов увеличивалось. Региональное неравенство не только несет с собой политические риски, но и подавляет экономику. Для динамичного развития стране нужен быстрый переток работников из стагнирующих отраслей и регионов в развивающиеся. Способствует такой переток и выравниванию уровня жизни.

В результате жители депрессивных областей попадают в «ловушку бедности». Для переезда необходимы большие первоначальные затраты – на жилье, поиски работы. Кроме того, в некоторых областях «регионообразующие» предприятия пользуются своим монопольным положением на рынке труда и искусственно привязывают к себе работников. Например, выдают часть зарплаты в виде натуральных льгот. В краткосрочной перспективе они снижают, таким образом, социальную напряженность, а в долгосрочной – лишь усугубляют стагнацию. В этом заключается российская проблема межрегиональной трудовой мобильности населения. Даже если предприятие укомплектовано, проблема мобильности персонала не покидает ее.

Сегодня же, когда продолжающийся экономический рост ставит перед многими предприятиями проблему дефицита кадров, трудовая мобильность, сопровождающаяся уходом работника, может приводить к снижению эффективности предприятия. Это связано не только с тем, что возникает необходимость поиска, найма и адаптации новых работников. Проблема усугубляется частичной потерей инвестиций, сделанных предприятием в уволившегося работника. Ведь за время работы на предприятии индивид приобретает специфический человеческий капитал — знания, умения и навыки, необходимые для работы здесь. Чаще всего эти знания являются результатом подготовки на рабочем месте, иногда приобретаются в ходе прохождения обучения за пределами непосредственно рабочего места. Как бы то ни было, уход работника означает потерю этих инвестиций и недополучение отдачи от них.

В условиях формирования новых общественных и трудовых отношений происходит трансформация основных положений и методов стратегии управления трудовыми ресурсами. При высокой важности материального уровня обеспечения работников все больше начинает осознаваться важность влияния социально-психологических факторов на эффективность рабочей деятельности сотрудников. В некоторых случаях, основными мотивирующими факторами трудовой деятельности начинают выступать не материальные выгоды, а социальные, такие как позитивный социально-психологический климат в коллективе, наличие социального пакета для сотрудников, социально-психологическая помощь во время и после увольнения и т.д.

Планирование уровня мобильности персонала является одной из основных задач кадровой службы организации. Набор персонала должен представлять собой целенаправленное обеспечение рабочими местами сотрудников, максимально удовлетворяющих, с одной стороны потребности организации, с другой, - свои индивидуальные потребности. Определенный, контролируемый уровень мобильности персонала необходим каждой организации для здорового ее функционирования. Сбои в кадровой политике ведут к повышению уровня мобильности, что отрицательно сказывается на работе организации. Возникает необходимость задействования дополнительных ресурсов для снижения мобильности сотрудников, привлечения новых специалистов, их обучение и адаптации в новой системе предприятия. Неграммотное планирование и ведение кадровой политики ставит под угрозу достижение стратегических целей предприятия.

В нашей стране высокий уровень мобильности населения, но ввиду того, что наша страна уникальна по своей территориальной, социально-экономической и этнической дифференциации, распределения трудовых ресурсов по стране происходит неравномерно.

Экономическое и социальное планирование развития регионов играет большую роль в оптимизации масштабов и интенсивности трудовых перемещений. В рамках такого плана вопросы распределения и перераспределения трудовых ресурсов рассматриваются в комплексе с вопросами их формирования и использования, что позволяет учитывать взаимосвязи отраслевых, межотраслевых и региональных аспектов.

Итак, процессы трудовой мобильности на российском рынке труда весьма интенсивны. Это означает, что текучесть кадров является достаточно актуальной проблемой для большинства отечественных предприятий. В условиях нарастающего дефицита трудовых ресурсов, связанного с неблагоприятной для отечественного рынка труда демографической ситуацией, этот факт актуализирует необходимость разработки грамотных систем мотивации, способствующих закреплению на предприятии нужных ему работников. При этом конкретные мероприятия кадровой политики должны в максимальной степени учитывать особенности трудового поведения работников, принадлежащих к разным социально-демографическим, а также профессионально-квалификационным группам.

1. Жукова С. Трансформация трудовой мобильности // Человеческие ресурсы. 2003. № 3.
2. Sabirianova K.Z. The Great Human Capital Reallocation: A Study of Occupational Mobility in Transitional Russia // Journal of Comparative Economics. 2002. Vol. 30. P. 191–217.
3. Мальцева И. Нынче здесь, завтра — там: межфирменная трудовая мобильность в России // Отечественные записки. 2007. № 3(37).
4. Гимпельсон В., Горбачева Т., Липпольд Д. Движение рабочей силы: оценки, международные сопоставления и влияние на рынок труда // Вопросы экономики. 1997. № 2.

Афонина Т.Н.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ МОЛОДЕЖИ НА РЫНКЕ ТРУДА

Орловская региональная академия государственной службы

В современной России предпринимательство в целом и малое предпринимательство в частности выступают как важные звенья создания институтов гражданского общества, социального государства и формирования среднего класса населения. В то же время предпринимательство, предполагая развитие правового механизма регулирования рынка и, соответственно, стабильно развивающейся конкурентной рыночной экономики в России, способствует долговременной стабилизации социальных отношений. Однако для того чтобы малое предпринимательство оказалось в состоянии инициировать подобные позитивные изменения в обществе, необходим не только его поступательный количественный рост, но и качественные изменения, а именно изменение способов его формирования.

Формирование класса предпринимателей в России на первых этапах развития рыночных отношений происходило в основном за счет руководителей промышленных предприятий советского периода, крупных хозяйственников, имевших доступ к производственным и сырьевым ресурсам, а также за счет «выхода из тени» представителей криминального бизнеса. Обе обозначенные укрупненные группы использовали для концентрации и дальнейшего развития производства уже имеющиеся фонды, что позволило в короткие сроки достигнуть концентрации крупных производительных средств у достаточно узкого круга промышленных и финансовых «олигархов» и лидеров региональных рынков.

Экономический прорыв в экономике, необходимый стране в настоящее время, невозможен без появления на рынке большого количества новых субъектов – молодых предпринимателей, нацеленных на успешные результаты развития своего дела в России.

Анализ показателей развития малого предпринимательства в странах, имеющих различные темпы развития рыночных отношений показывает (таблица 1), что наблюдается прямая пропорциональная связь между долей малых предприятий в производстве валового внутреннего продукта и объемом ВВП на душу населения. В развитых странах сектор малого и среднего предпринимательства создает до 40-60 % объема ВВП. Кроме того, многие секторы многоотраслевой экономики используют поток продукции и услуг малого бизнеса в организации крупного производства. И, что особенно важно, предпринимательская деятельность инициирует изобретательскую и инновационную деятельность: исследования показывают, что основные идеи и изобретения чаще поступают от малых, нежели от крупных предприятий.

Таблица 1

Ключевые показатели развития малого предпринимательства в странах с переходной экономикой [1]

Показатель	Передовые страны с развивающимся рынком	Страны с быстрыми темпами перехода к рыночной экономике	Страны с медленными темпами перехода к рыночной экономике
Доля сектора МП в ВВП, (%)	51,9	46,5	27,9
Доля работников МП в общей занятости (%)	63,1	41,8	29,2
ВВП на душу населения, долл. США	5,7	2,9	0,8
Индекс развития МП	0,2	0,1	0,04

Малый бизнес находится в центре интересов современного общества и затрагивает жизнь всего населения. Таким образом, привлечение населения к предпринимательской деятельности выступает важнейшей задачей развития экономики, с одной стороны, и формирования класса (прослойки) населения, заинтересованной в получении материальной прибыли за счет собственных усилий по развитию своего бизнеса, с другой стороны.

Одним из резервов формирования нового поколения предпринимателей, стремящихся не только к быстрейшему достижению личного материального благополучия, но и к реализации личностных профессиональных установок и социально-статусных устремлений через создание собственного бизнеса, является молодежь, имеющая ряд преимуществ перед представителями старшего поколения, не сумевшими полностью реализовать свой деловой потенциал в силу различных причин социально-психологического и экономического характера, определявших реалии страны в постперестроечный период.

Российская молодежь составляет в настоящее время более трети трудоспособного населения страны и является основной базой пополнения ее трудовых ресурсов. Выход молодых кадров на рынок труда в условиях рыночной экономики также сопряжен с рядом адаптационных трудностей социально-психологического и экономического характера. В период первичного трудоустройства молодой человек сталкивается с необходимостью усвоения им новых профессиональных и социальных норм поведения, приведения в соответствие собственных мотивационно-трудовых установок с требованиями сложившегося «взрослого» производственного коллектива, корректировки социальных целей и т.п. В то же время, рыночные отношения требуют развития личной инициативности, ответственности, творческого отношения к решаемым задачам, умения действовать в ситуациях риска. Одним из острых противоречий постобразовательного периода становится невозможность удовлетворения материальных амбиций при достаточно низком уровне оплаты труда молодых специалистов.

С точки зрения работодателей, молодым кадрам, даже получившим работу в соответствии с полученным образованием (таковых в среднем по стране около 51,2 %), необходимо прохождение этапа профессиональной адаптации с целью закрепления профессиональных навыков, получения дополнительных знаний, навыков сотрудничества и т.п.

Для многих специалистов, выходящих на рынок труда в современных условиях, возможности организации собственного бизнеса позволяют решить многие проблемы включения в производственные отношения. Это связано во многом с тем, что для большинства современных молодых людей установки предыдущих поколений на патерналистскую опеку государства претерпели существенные изменения и превратились в ориентацию на активизацию личных усилий по созданию и поддержанию собственного материального и социального благополучия, что во многом катализирует адаптационное поведение в рыночных условиях.

Молодежь в настоящее время обладает заметно более высоким уровнем образования, чем старшее поколение. Выгодно отличают молодежь и уровень профессиональной квалификации, характер трудовых мотиваций, повышенная требовательность к качественному содержанию жизни, а также готовность учитывать требования рынка труда (согласие на переобучение и постоянное повышение квалификации, ориентация на работу в негосударственном секторе экономики, престижность и более «рыночных» профессий и т.п.), что дополняется заметно большей распространенностью тех навыков, навыков и умений, которые высоко ценятся на современном рынке труда (речь идет в первую очередь о навыках компьютерной коммуникации, общения на иностранных языках, вождения автомобиля и т.п.). К тому же, сегодняшняя молодежь, начиная свое дело, уже может опираться на помощь и советы предыдущего поколения предпринимателей, в роли которых могут выступать их кузаны, родственники и знакомые.

Кроме того, молодежь, оценивая уровень риска самостоятельных действий, изъясняет высокую готовность к работе в условиях развивающегося фондового рынка, апробации различных форм кредитования. В период относительной стабилизации экономики молодые предприниматели проявляют заинтересованность в развитии сфер производства, требующих притока высокоинтеллектуальных кадров, владеющих знанием фундаментальных основ и прикладных технологий производства.

Однако сегодня молодым людям, обладающим хорошими идеями, очень непросто начать собственное дело и самостоятельную предпринимательскую деятельность [2]. Прежде всего, сказывается недостаток наиболее общих практических знаний и жизненного опыта, умения решать производст-

венные и личные проблемы. Составление грамотного бизнес-плана требует от молодого предпринимателя не только знания практических аспектов производства, но и точных экономических расчетов. При поиске стартового капитала существует опасность обременения своего предприятия невыполнимыми долговыми обязательствами, что может повлечь не только финансовые и административные санкции. Существуют риски потери прав на разработанные идеи и технологические усовершенствования: приходится сталкиваться с административными барьерами, несовершенством финансового и налогового законодательства и т.п.

Для успешной реализации предпринимательского потенциала молодого поколения необходимо удачное сочетание субъективных и объективных факторов: личностных качеств (системный характер мышления, высокая креативность, наличие управленческих способностей, высокая стрессоустойчивость и др.) и мотивации (наличие положительных социальных установок, желание достичь высоких материальных результатов, стремление максимально проявить и реализовать индивидуальные замыслы, стремление к повышению социального статуса и др.) самих молодых людей, выбирающих предпринимательство как форму трудовой деятельности, и внешней среды бизнес-деятельности (климат наибольшего инвестиционного благоприятствования, наличие кредитующих структур, лояльность административных органов, наличие пакета законодательных и нормативных актов и т.д.). В числе факторов «внешней мотивации» значительную роль играет повышение социального статуса предпринимателя, формирования в социуме уважения к труду предпринимателя, представлений о высокой значимости предпринимательства в социально-экономическом развитии и т.д.

Решение задач успешной адаптации молодежи на рынке занятости является результатом взаимодействия структур профессионального образования и административного регулирования, что предусматривается программами развития малого и среднего бизнеса на федеральном, региональном и муниципальном уровнях, а также нормативными актами заинтересованных профильных ведомств. Структуры содействия молодежному предпринимательству ориентированы на поддержку молодежи как специфической группы, которая характеризуется более слабой подготовкой при вхождении в рынок и отсутствием ряда возможностей, имеющихся у взрослого населения. Тем не менее, поддержка молодежного предпринимательства имеет значительную социальную значимость как стратегический ресурс для развития отдельных регионов и общественных отношений.

Процесс формирования и развития набора личностных свойств и качеств, необходимых для успешной предпринимательской деятельности, начинается с первых этапов профориентационной работы, начиная со школы, продолжаясь в учебных заведениях профессиональной подготовки. В процессе единого образовательного процесса можно выделить содержательный, технологический и организационный аспекты, тесно связанные друг с другом.

Современным учебным заведениям следует обратить особое внимание на формирование и развитие предпринимательских способностей сегодняшних студентов. Предпринимательская способность выступает, прежде всего, как набор личностных и профессиональных качеств, умений человека, позволяющих ему находить и реализовывать лучшее сочетание ресурсов для организации производственной деятельности, привлекать к работе перспективных сотрудников, принимать разумные последовательные решения в условиях риска и неопределенности, создавать и внедрять новые технологии и т.п.

Перед современными российскими вузами встают новые задачи – передача студентам, во-первых, необходимого для предпринимательства комплекса знаний, во-вторых, формирование у них способности к производственному предпринимательству, к «интеллектуальному предпринимательству», к восприятию инноваций, а в-третьих, стимулирование развития предпринимательских инициатив у молодых специалистов через специфику своего учебного заведения, привлечение к решению научно-исследовательских и прикладных задач.

В соответствии со «Стратегией государственной молодежной политики Российской Федерации до 2016 года» [4], учитывая важность «развития и реализации потенциала молодежи», необходимо

стимулирование молодежного предпринимательства для процессов инновационной трансформации экономики регионов, а также для повышения эффективности процесса социальной адаптации молодежи, вовлечения ее в созидательную деятельность и предоставления возможностей для максимальной личностной самореализации.

1. Чистякова М.К. Малый бизнес в системе общественного воспроизводства. Автореф. дис. ... к.э.н. Орел, 2007.
2. Радаев В.В. Экономическая социология: учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005.
3. Фурсова В.В. Социальные источники пополнения группы предпринимателей // Рубеж (Альманах социальных исследований). 1996. № 8-9.
4. Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации (от 18.12.2006г. №1760-р).

Федякова Н.И.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ И НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ: ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА И РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

Орловский государственный технический университет

На модель организации налоговой системы оказывают влияние многие факторы общественного и государственного устройства - характер экономической системы, уровень формационного развития страны и т.д. Немаловажно здесь и изучение мирового передового опыта построения и эффективного функционирования налоговых систем для формирования ориентиров реформирования и совершенствования национальных налоговых систем.

Тем не менее, система налогов и налогообложения имеет важное общегосударственное значение, вопросы ее создания, функционирования и развития относятся исключительно во всех странах к прерогативе государства.

В этой связи система налогов и сборов имеет следующие особенности:

- руководство созданием, функционированием и развитием системы является монополией государства;
- цели, задачи и функциональное содержание системы определяются государством, исходя из его интересов;
- достижение целей, реализация задач и осуществление функций налоговой системы обеспечивается государством, путем создания и развития налоговых органов и необходимой для их деятельности научно-методической, организационно-правовой, нормативно-регламентирующей, материально-технической, информационно-технологической и социально-кадровой инфраструктуры;
- государством определяются и регламентируются взаимосвязи и взаимодействия налоговой системы с другими системами;
- государство финансирует, стимулирует и оценивает деятельность налоговой системы.

Эффективность функционирования налоговой системы, независимо от ее типа, во многом, связывают с методами налогового администрирования, которые находят свое прямое воплощение в системе организации и принципах функционирования налоговых органов. И это не случайно, так как уровень налогового бремени напрямую зависит от того насколько эффективно построенная система способов, механизмов организации фискально-контрольной функции налоговой системы.

Эффективность налогового администрирования следует рассматривать с двух сторон [1]:

- с точки зрения осуществления намеченных целей;
- с точки зрения качества работы налоговых органов.

Однако при таком подходе необходимо отметить, что эффективность налогового администрирования не цель, а средство достижения поставленной цели. Поэтому существенное значение в вопросе

эффективности налогового администрирования имеет определение конечного результата работы налоговых органов, который заключается в обеспечении социально-экономических функций государства. Отсюда следует, что достижение конечных результатов функционирования налоговой системы следует рассматривать в качестве главного критерия эффективности налогового администрирования.

Непосредственно для оценки работы налоговых органов применяют количественные и качественные показатели.

В числе количественных показателей можно выделить такие как:

- сумма поступлений налогов и других обязательных платежей на контролируемой территории;
- сумма, доначисленная по результатам контрольной работы;
- сумма, взысканная по результатам контрольной работы;
- сумма недоимки и задолженности по налогам, пеням и штрафам;
- количество налогоплательщиков, состоящих на учете и др.

Качественные показатели работы налоговых органов рассчитываются в относительном выражении. Из числа качественных показателей можно выделить:

- темп роста поступлений в бюджетную систему к уровню соответствующего периода прошлого года;
- соотношение суммы платежей, доначисленных по результатам контрольной работы и общей суммы поступлений за конкретный период;
- соотношение недоимки и общей суммы поступлений за конкретный период;
- удельный вес проверок, в ходе которых были выявлены нарушения;
- количество жалоб на работу налоговых служб;
- количество споров, доведенных до суда и число, выигранных дел и др.

В свою очередь, налоговое администрирование можно разделить на налоговое производство и непосредственную деятельность налоговых органов. Совершенствование налогового администрирования есть взаимосвязанный процесс совершенствования всех процедур налогового производства и организации налоговых органов.

Место и роль налоговых органов в финансовой системе государства определяется теми целями и задачами, которые ставятся перед ними. Анализ стратегических целей национальных налоговых ведомств разных стран показывает существенное различие в подходах к реализации концептуальной миссии налоговых органов – сбор налогов для реализации функций государства и контроль за правильностью их исчисления и полной уплаты. В настоящее время в большинстве стран мира перед налоговыми органами ставятся не только задачи по администрированию тех или иных видов налогов и сборов, но и целый ряд других задач, среди которых можно выделить такие как: осуществление государственной регистрации юридических лиц и ведение актов гражданского состояния; проведение переписи населения и содействие обеспечению общих выборов; контроль соблюдения валютного законодательства; контроль оборота алкогольной продукции и др.

Само понятие «налоговые органы» имеет различное содержание в силу того, что обязанность по обеспечению мобилизации в бюджетную систему доходов (налогов и сборов) может быть установлена различными государственными органами. Как правило, ответственность за поступление налогов и сборов несут два или более государственных органа, которые и обладают полномочиями «налоговых органов». Одна государственная структура обычно отвечает за сбор налогов и пошлин на границе (таможенные органы), другая – за мобилизацию внутренних налоговых платежей. В некоторых странах платежи, используемые для финансирования социального обеспечения, администрируются также отдельными государственными органами. В федеративных государствах право устанавливать и собирать некоторые виды налогов предоставляется региональными или местными органами власти, которые в некоторых странах имеют право создавать свои собственные налоговые органы.

Однако, по мнению ряда отечественных и зарубежных экспертов, подобное разделение функций по сбору налогов между несколькими государственными органами не всегда экономически оправданно.

Связано это с тем, что каждый орган сосредотачивается на своих собственных задачах без стремления получить экономию в целом в масштабах государства, которая может быть достигнута через интеграцию или даже координацию общих процессов и процедур. С точки зрения налогового администрирования объединение способствует повышению эффективности сбора налогов в силу ликвидации многих дублирующих процессов и процедур (учета и регистрации, контрольных мероприятий и т.п.), что способствует снижению общих издержек. Кроме того, так называемые издержки со стороны налогоплательщиков также снижаются, поскольку уменьшается количество и упорядочивается время и процедура проведения контрольных мероприятий, осуществляемых различными органами.

Повышение эффективности налогового администрирования в настоящее время является важной задачей проводимых в различных странах налоговых реформ.

Так, например, налоговая служба Австралии в основу главного принципа ставит поддержание высокого уровня дисциплины всех участников налогового процесса, снижение расходов налогоплательщиков на соблюдение налогового законодательства, обеспечение гибкости построения налоговых органов для адекватного учета возможных изменений в жизни страны.

Таможенно-налоговое ведомство Канады ориентируется на обеспечение высокого уровня обслуживания налогоплательщиков при умеренных затратах и при соблюдении принципов доступности, оперативности и надежности, соблюдение принципа справедливости для сохранения высокой репутации налоговых органов и укрепления доверия к ним со стороны общественности, минимизации административных расходов, при одновременном сохранении высокого уровня профессиональной подготовки сотрудников и внедрении новейших управленческих технологий в области налогового администрирования.

Главное (федеральное) налоговое управление США преимущественно ориентируется на качество обслуживания налогоплательщиков и повышение производительности труда налоговых работников путем создания необходимых условий для качественной работы.

Шведская налоговая служба (RSV) в качестве индикаторов эффективности своего функционирования выделяет сбор налогов, производительность, и качество обслуживания налогоплательщиков (восприятие плательщиками действий RSV, правовые и профессиональные действия сотрудников).

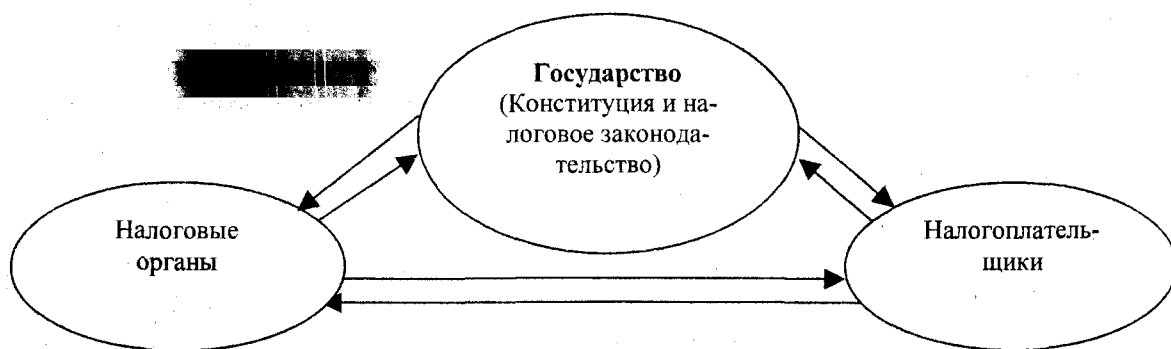
Таким образом, национальные налоговые ведомства развитых стран во главу угла своей деятельности ставят преимущественно принципы удобства налоговой системы и, как следствие, налоговых органов интересам налогоплательщика, что в свою очередь выражается в эффективности реализации фискально-контрольно-стимулирующей функции государства.

В противовес системам налоговых органов развитых стран функционируют системы налоговых органов развивающихся стран и стран с переходной экономикой.

Так, обобщенный анализ принципов их функционирования позволяет сформулировать ряд общих особенностей, характерных для стран данного типа: главная цель системы налоговых органов – повышения уровня собираемости налогов, борьба с уклонением от налогов, контроль за налоговой дисциплиной среди налогоплательщиков. То есть в данных системах мы видим, что деятельность налоговых органов подчинена приоритету интереса государства в реализации главной фискально-контрольной функции, в то время как интересы налогоплательщиков по отношению к этой главной функции государства становятся второстепенными.

Различия в подходах к концептуальным основам функционирования налоговых ведомств разных стран позволяют сформулировать общий вывод о том, что эффективность налоговой политики, и, как следствие, налоговой системы государства зависит напрямую от гармонизации триады интересов:

- государство – налогоплательщики;
- государство – налоговые органы;
- налоговые органы – налогоплательщики.



Эта гармонизация должна быть обеспечена конституциональным и налоговым законодательством [2]. Гибкое сочетание интересов участников налогового процесса позволяет обеспечивать эффективность работы налоговой системы в целом как одного из инструментов формирования ресурсной базы для реализации функции государства.

Концептуальные основы устройства государства влияют на структуру и функции налоговых органов. За последние годы налоговая служба России как организационная и ресурсная основа механизма функционирования государственной налоговой системы страны претерпела огромные изменения вследствие становления рыночно-ориентированного налогового законодательства, принятия Налогового кодекса и подзаконных актов, общей институциональной и кадровой модернизации, а также внедрения и использования современных информационных технологий и методов функционирования. На первом этапе становления налоговой системы России (1991–1994 гг.) сформировалась централизованная вертикальная система налоговых органов с ярко выраженной специализацией по предметно-субъектному принципу. Отделы в инспекциях создавались преимущественно по видам налогов, выполняя множество дублирующих учетных, контрольных и информационных функций. Налоговые функции не были ориентированы на функциональную специализацию, преобладал ручной труд.

Начиная с 1995 г., в системе налоговых органов России наметился переход на функционально-организационные структуры и построение технологических процессов с одновременной широкой автоматизацией труда налоговых инспекций.

Концепция административной реформы в Российской Федерации в 2006–2008 гг. (распоряжение Правительства от 25.10.2005 г. №1789-р) послужила основой для модернизации цели налоговой службы РФ на 2007–2009 гг., которая предусматривает контроль исполнения законодательства о налогах и сборах, обеспечивающий стабильное повышение налоговых поступлений в бюджетную систему РФ с одновременным снижением удельных административных затрат и затрат налогоплательщиков, связанных с налоговым администрированием, неопределенностью трактовки налогового законодательства, и повышением качества информационных услуг, предоставляемых налоговыми органами.

Стратегическими задачами развития налоговых органов в среднесрочной перспективе являются:

1. Совершенствование работы с налогоплательщиками, в частности, 100 % информирование налогоплательщиков о налогах и сборах, планируемых к оплате; улучшение налоговой дисциплины; повышение эффективности взаимодействия с налогоплательщиками.

2. Совершенствование существующих методов и процедур налогового администрирования за счет развития аналитических механизмов проведения налогового контроля на базе использования современных информационных технологий.

3. Совершенствование механизмов урегулирования налоговой задолженности и процедур банкротства.

Подводя итоги сравнительной оценки налоговых систем необходимо отметить, что независимо от характера экономической системы вопросы совершенствования налоговых систем и повышения их эффективности, касающиеся не только совершенствования конституциональных основ, но и непосредственно совершенствования налогового законодательства и работы налоговых органов, занимают

важное место в научных исследованиях отечественных и зарубежных ученых. Во многом они направлены на разработку концептуальных основ построения и функционирования эффективных налоговых систем как ресурсного инструмента реализации государственных функций, с одновременной ориентацией на права и свободы налогоплательщиков, а также гармонизации национальных налоговых систем в мировом пространстве и взаимодействия их налоговых органов.

1. Абрамов А.П. Налоговое администрирование: учебное пособие. Томск, 2006. С. 6-7.
2. Более подробно см.: Садкова В.Г. «Системные основы формирования общества XXI века и модель Основного закона России». Изд. 2-е, перераб. доп. М.: ОАО ИГ «Прогресс», 2006. 168 с. -

Сахаров Г.В., Каратаева Г.Е. НАЛОГОВАЯ ОПТИМИЗАЦИЯ: ПОНЯТИЕ, ПРИНЦИПЫ, МЕТОДЫ

Сургутский государственный университет

Вопросам налоговой оптимизации посвящено множество публикаций различных изданий. Однако с практической точки зрения, налоговая оптимизация представляется как особая тайная отрасль знаний, доступ к которой имеет ограниченный круг профессионалов. Для начала определимся с понятием. Экономический словарь содержит следующее определение: «оптимизация это - 1. процесс нахождения экстремума функции, то есть выбор наилучшего варианта из множества возможных, процесс выработки оптимальных решений; 2. процесс приведения системы в наилучшее (оптимальное) состояние».

В связи с этим налоговая оптимизация должна базироваться на законности, всеобщности и равенстве налогообложения; экономической обоснованности налога; соблюдения единства экономического пространства Российской Федерации при установлении налога; определенности, ясности и недвусмысленности норм законодательства о налогах и сборах. Перечень базовых принципов может быть дополнен следующими позициями: стимулирование предпринимательской и деловой активности субъектов экономики; эластичность (способность налоговой системы трансформироваться в связи с изменениями в экономике); соответствие этическим понятиям (система налогообложения должна быть справедливой, т.е. обеспечивать равные права налогоплательщикам); соответствие принципам государственного устройства, стабильность налогового законодательства и его унификация (сбалансированность налоговой системы, ясность налогового законодательства для налогоплательщиков, невозможность уклонения от налогов) [1].

Методы оптимизации налогообложения должны соответствовать названным принципам. В общем случае метод оптимизации предполагает построение алгоритмов нахождения максимумов функции и точек, в которых они достигаются, при наличии ограничений или без них. Наиболее употребительные методы оптимизации для случаев, когда ограничения отсутствуют, методы спуска. Они состоят в последовательности приближений к точке минимума, в которой каждое следующее получается смещением предыдущего в направлении градиента при поиске максимума или в противоположном направлении при поиске минимума. Более сложная задача нахождения условного экстремума. Многие методы основаны на правиле множителей Лагранжа. Для математического описания поведения экономических систем применяют имитационное моделирование — воспроизведение процессов, происходящих в системе, с искусственной имитацией случайных величин, от которых зависят эти процессы, с помощью датчика случайных чисел или псевдослучайных чисел. Комбинируя детерминированные и стохастические зависимости, составляют алгоритм моделирования системы. Применяя

его, получают независимые реализации процесса в заданных условиях использования системы. Характеристики, которые нужно определить, оцениваются методом Монте-Карло. Алгоритм имитационного моделирования зависит от того, какие характеристики исследуются.

Основным методом налоговой оптимизации с позиций государства является варьирование уровня налоговых ставок и налоговых баз в зависимости от конкретной цели. Оптимизация налогообложения может осуществляться посредством использования отсрочек уплаты налогов, предоставления инвестиционных кредитов и других. С точки зрения налогоплательщиков налоговую оптимизацию следует рассматривать как процесс нахождения экстремума функции, то есть выбор наилучшего варианта из множества возможных, процесс выработки оптимальных решений.

Необходимо отметить, что все способы минимизации налогов можно подразделить на незаконные (криминальное уклонение от уплаты налогов) и законные (оптимизация, планирование и т.д.). Уклонение от уплаты налогов представляет собой форму уменьшения налоговых и других платежей, при которой налогоплательщик умышленно с нарушением действующего законодательства сокращает размер налогового обязательства.

Налоговая оптимизация - это уменьшение размера налоговых обязательств посредством целенаправленных правомерных действий налогоплательщика, включающих в себя полное использование всех предоставленных законодательством льгот, налоговых освобождений и других законных приемов и способов.

В эту категорию входят способы, при которых определенный экономический эффект в виде уменьшения налоговых платежей достигается путем квалифицированной организации дел по исчислению и уплате налогов, что исключает или снижает случаи необоснованной переплаты налогов, а в ряде случаев и санкций.

Налоговое законодательство предоставляет налогоплательщику достаточно много возможностей для снижения размера налоговых платежей, в связи с чем можно выделить общие и специальные способы минимизации налогов. К общим способам можно отнести:

- принятие учетной политики предприятия с максимальным использованием предоставленных законодательством возможностей (амортизационная политика, перенос убытков на будущее и др.);
- оптимизация через договор (совершение льготных сделок, грамотное и четкое использование формулировок и др.);
- использование различных льгот и налоговых освобождений.

Специальные методы налоговой минимизации также могут использоваться на всех предприятиях, однако с той лишь разницей, что они имеют более узкую сферу применения. К специальным методам относятся следующие:

- метод замены отношений;
- метод разделения отношений;
- метод отсрочки налогового платежа;
- метод прямого сокращения объекта налогообложения.

Метод замены отношений. Как правило, одна и та же хозяйственная цель (приобретение имущества, получение дохода и т.д.) может быть достигнута несколькими путями. Действующее законодательство практически не ограничивает хозяйствующего субъекта в выборе формы и отдельных условий сделки, выборе контрагента и т.д. Операция, предусматривающая обременительное налогообложение заменяется на операцию, позволяющую достичь ту же или максимально близкую цель, и при этом применить более льготный порядок налогообложения. В основе правового регулирования налоговых отношений лежат принципы налогообложения - основополагающие начала, пронизывающие весь массив правовых норм законодательства о налогах и сборах. Поскольку основные принципы налогообложения обладают приоритетом по отношению к иным нормам налогового законодательства, они должны не только быть реализованы в налоговом законе, но и выступать критериями оценки принятых законодательных актов. В связи с этим налоговая оптимизация должна базироваться на за-

конности, всеобщности и равенстве налогообложения; экономической обоснованности налога; соблюдения единства экономического пространства Российской Федерации при установлении налога; определенности, ясности и недвусмысленности норм законодательства о налогах и сборах.

Метод разделения отношений базируется на методе замены. Только в данном случае заменяется не вся хозяйственная операция, а только ее часть, либо хозяйственная операция заменяется на несколько, например, разделение операции по реконструкции здания на собственно реконструкцию и капитальный ремонт; разделение договора подряда с физическим лицом на договор подряда на выполнение работ и договор купли-продажи материалов. Метод разделения применяется, как правило, в случаях, когда полная замена не позволяет достичь результата, приемлемо близкого цели первоначальной операции.

Метод отсрочки налогового платежа. В соответствии со ст.23 Налогового кодекса РФ налогоплательщик обязан уплачивать законно установленные налоги (сборы). Данное требование законодательства обязывает налогоплательщиков уплачивать налоги своевременно и в полном размере.

Порядок регулирования различных налогов предусматривает различные сроки их уплаты. Тем не менее, срок уплаты большинства налогов тесно связан с моментом возникновения объекта налогообложения (моментом возникновения налогооблагаемого оборота, моментом приобретения имущества и т.д.) и календарным периодом (месяц, квартал, год). Метод отсрочки, используя элементы прочих методов (замены, разделения, оффшора и т.п.), позволяет перенести момент возникновения объекта налогообложения на последующий календарный период. Самыми распространенными в данном случае являются вексельные схемы оплаты. Последние изменения налогового законодательства в значительной степени сократили возможности их использования.

Метод прямого сокращения объекта налогообложения преследует цель избавиться от ряда налогооблагаемых операций или облагаемого имущества, и при этом не оказать негативного влияния на хозяйственную деятельность налогоплательщика. Самые эффективные схемы по данному направлению основаны на трансфертном ценообразовании при совершении операций купли-продажи, мены, дарения.

Следовательно налогоплательщик, имеет достаточно много «специальных» методов текущего налогового планирования (по конкретной операции или на короткий срок), которые при их грамотном использовании могут существенно снизить размер налоговых изъятий на совершенно законных основаниях. Однако их применение несет в себе определенные риски.

Такие страны, как Великобритания, Австралия, Канада, Германия, приняли поправки в национальное налоговое законодательство и ввели общие правила противодействия минимизации налогового бремени.

В некоторых странах были приняты правила противодействия минимизации налогового бремени, которые обозначаются аббревиатурой GAAR. Проработанные варианты этих правил были законодательно закреплены в 1981 г. в Австралии и в 1988 г. в Канаде. Правила GAAR, применяемые в настоящее время в Австралии, изложены в части IVA Закона «О начислении подоходного налога» от 1936 г. Эти правила заменили положения, которые применялись для противодействия использованию схемам минимизации налогов ранее. В соответствии с прежними нормами любые договоры, соглашения или договоренности объявлялись недействительными для целей налогообложения, если они предусматривали:

- изменение объекта налогообложения;
- освобождение от обязанности уплачивать подоходный налог или подавать налоговую декларацию;
- аннулирование обязанностей или обязательств, возложенных в соответствии с Законом «О начислении подоходного налога», либо уклонение от них законными или противозаконными способами;
- исключение возможности применения Закона «О начислении подоходного налога».

Из-за нечеткости указанных положений в ходе рассмотрения дел суды были вынуждены ввести ограничения на их толкование. Например, в одном из таких дел суд постановил, что положения закона не распространяются на договоренность о передаче какому-либо лицу права получения дохода из

источника, принадлежащего налогоплательщику, если участники сделки действуют добросовестно. После принятия ряда судебных решений о праве налогоплательщика выбирать ту форму сделки, которая обеспечит ему освобождение от налогообложения, стало очевидно, что положения закона неэффективны. Кроме того, налоговые органы не имели возможности оспаривать рассматриваемую сделку и переводить ее в разряд сделок, подлежащих налогообложению.

В связи с этим в закон была введена часть IVA, содержащая правила GAAR. Основное правило гласит: если налогоплательщик получил или может получить налоговую льготу в результате применения схем, подпадающих под действие части IVA, налоговые органы вправе принять одно из следующих решений:

— полностью или частично включить суммы налога в налогооблагаемый доход налогоплательщика, если налоговая льгота может быть отнесена к сумме, исключаемой из его годового налогооблагаемого дохода;

— отказать в принятии вычета полностью или частично, если налоговая льгота может быть отнесена к сумме, принимаемой к вычету из годового налогооблагаемого дохода налогоплательщика;

— отказать в отнесении капитальных расходов полностью или частично, если налоговая льгота может быть отнесена к капитальным расходам, понесенным налогоплательщиком в течение года, или к их части;

— отказать в применении налогового кредита, если налоговая льгота может быть отнесена к кредиту по иностранным налогам, применяемому налогоплательщиком.

В двух разделах части IVA перечислены признаки схем, подпадающих под действие этой части. В соответствии с данными разделами схемой признаются любые явно выраженные или подразумеваемые соглашения, договоренности или обязательства, которые могут быть доказаны в суде.

В соответствии с частью IVA к схеме, используемой налогоплательщиком для минимизации налогов, относятся сделки, которые преследуют несколько целей. При условии, что цели оптимизации налогов в этих сделках являются доминирующими.

В России впервые проблема о «недобросовестности» в налоговых правоотношениях была поставлена и рассмотрена Конституционным Судом РФ в его Определении от 25.07.2001 № 138-О по поводу сомнительных схем по уплате налогов через «проблемные банки». Тем самым в практику применения законодательства о налогах и сборах фактически был введен новый правовой институт – институт недобросовестности. Причем особенность данного института состояла в том, что он не был непосредственно закреплен в законодательстве. Такая неопределенность породила большие сложности для многих правоприменителей, и не только для налогоплательщиков, но и для судей. В итоге 12 октября 2006 г. Пленум ВАС РФ принял Постановление № 53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды». Значимость этого документа очень велика, в частности[2].

Во-первых, понятие недобросовестности отсутствует (лишь в п.1 упоминается о презумпции добросовестности налогоплательщиков). Вместо этого ВАС РФ решил использовать другую категорию – категорию «необоснованной налоговой выгоды». Однако несмотря на замену терминов, суть проблемы осталась прежней, и содержание понятия необоснованной налоговой выгоды раскрывается в Постановлении № 53 на примере того, что ранее именовали недобросовестным поведением налогоплательщиков. В связи с этим можно заключить, что определять необоснованную налоговую выгоду судьи будут так же, как и определяли недобросовестность.

Во-вторых, само понятие налоговой выгоды призвано охарактеризовать поведение налогоплательщика в его соотношении с нормами законодательства о налогах и сборах. В связи с этим нам представляется, по меньшей мере, странным, что в тексте Постановления № 53 отсутствуют ссылки на положения НК РФ и иных актов налогового законодательства (за единственным исключением – п.8, где ссылка на п.1 ст.45 НК РФ не несет прямой смысловой нагрузки). Интересно отметить, что практически все свои выводы и позиции, ВАС РФ обосновал в основном ссылками на АПК РФ и ГК РФ.

В-третьих, по сравнению с ранее предлагаемыми проектами, Постановление № 53 является довольно либеральным и его вряд ли можно упрекнуть в чрезмерном «пробюджетном» уклоне. Если ранее, в проектах, предлагались более радикальные формулировки и любая нестандартная операция рассматривалась через призму «уклонизма», то принятый текст отличается сдержанностью и явным стремлением обеспечить баланс частных и публичных интересов, на котором основывается правовое регулирование налоговых отношений.

В-четвертых, ВАС РФ в Постановлении № 53 согласился с тем, что налоговое планирование и налоговая оптимизация могут иметь место, и что организации и иные налогоплательщики могут их осуществлять до определенных пределов и в определенных рамках. Прежние редакции проекта эту мысль вообще не допускали.

В-пятых, ВАС РФ попытался установить конкретные признаки недобросовестности налогоплательщиков, характерные черты и примерные варианты дозволенного и недозволенного поведения. Это является, безусловно, позитивным моментом, поскольку будет способствовать выработке единых подходов при оценке судами, да и налоговыми органами, тех или иных ситуаций. Тем более это важно, поскольку до принятия Постановления № 53 каких-либо критериев в данной области вообще не существовало, и при решении вопроса о недобросовестности полностью господствовало судебское усмотрение.

Таким образом, налоговая оптимизация как со стороны государства, так и со стороны хозяйствующих субъектов должна осуществляться в рамках налогового законодательства. При этом законодательство должно предусматривать эффективный налоговый механизм. Только в таких условиях будет обеспечена возможность устойчивого экономического роста на долгосрочную перспективу.

1. Журавлева Т.А. Методология функционирования механизма налогового регулирования на федеральном и региональном уровнях. Автореферат дисс. ... д.э.н.

2. Брызгалин А.В., Горюнов В.В. Комментарий Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 12.10.2006 г. № 53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды».

Садков В.Г., Деренговский А.И.

АНАЛИЗ ОПЫТА ОТЕЧЕСТВЕННОГО БИЗНЕС-ИНКУБИРОВАНИЯ И КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЕГО РАЗВИТИЯ

Орловский государственный технический университет

Проблеме развития институтов поддержки инновационной деятельности на современном этапе развития экономики России уделяется огромное внимание. Заявление президента и настойчивые утверждения ученых экономистов о переходе к инновационной экономике было воспринято обществом более чем положительно. В результате чего за период менее чем 5 лет, как грибы после дождя, появились различные институты, призванные ускорить инновационные процессы в обществе. Это различные технопарки, фонды, зоны, бизнес-инкубаторы.

Согласно стандартному определению бизнес-инкубатор - это структура, специализирующаяся на создании благоприятных условий для возникновения и эффективной деятельности малых инновационных (венчурных) фирм, реализующих оригинальные научно-технические идеи. Это достигается путем предоставления этим фирмам материальных, информационных, консультационных и других необходимых услуг.

Как правило, бизнес-инкубаторы сдают в аренду своим клиентам помещения, производственные площади и офис. Производственные помещения на каждую фирму составляют площадь пример-

но 150 кв. м., офис — по меньшей мере 20 кв. м. Помещение для переговоров, кухня и комната отдыха могут быть общими для всех предпринимателей данного бизнес-инкубатора.

Однако, как показала практика, со своей ролью, в подавляющем случае, бизнес-инкубаторы пока не справляются, и причин тому несколько.

При анализе отечественного опыта функционирования бизнес инкубаторов (на примере 59 единиц) наблюдается одна и та же глобальная ошибка – неадекватность структуры, механизма и функций бизнес-инкубатора декларируемой цели. Связано это, прежде всего, с банальным копированием зарубежного опыта (родина бизнес-инкубаторов - Великобритания) и неадаптивным его применением без учета особенностей российской рыночной экономики. Поэтому в большинстве случаев, вся деятельность бизнес-инкубаторов сводится к ряду формальных процедур: утверждения устава, регламента, целей и декларации стандартных (в действительности неконкурентоспособных)-услуг (проведение маркетинговых исследований, разработка бизнес-планов финансово-хозяйственной деятельности предприятия, составление типовых договоров, обоснование инвестиций и поиск инвесторов, анализ финансовой деятельности предприятия, аренда, юридические и бухгалтерские консультации). Что самое интересное: на практике, всем этим занимается штат порядка 3-7 человек!!! (согласно публикуемым данным), что подтверждает вывод о невостребованности услуг бизнес инкубаторов и их формальном функционировании.

На наш взгляд, механизм деятельности бизнес-инкубатора ошибочно клонирован с зарубежного опыта, который предполагает участие бизнес-инкубатора в качестве посредника между инноватором и инвестором, что можно условно обозначить на рисунке 1.

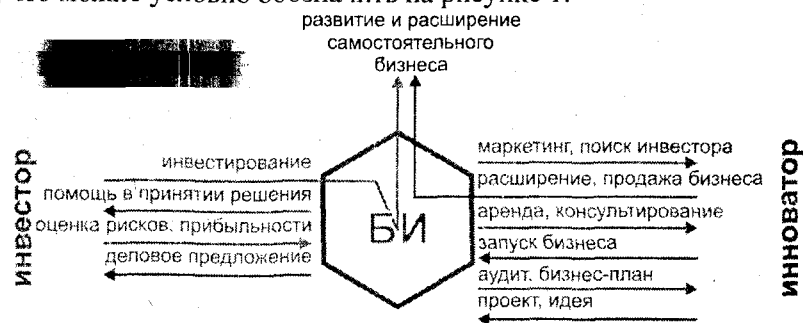


Рис. 1. Типичный механизм деятельности российских бизнес-инкубаторов (БИ)

Такой механизм предполагает высокую активность, самостоятельность, независимость участников инновационной деятельности в развитой, инновационно лояльной правовой и финансовой инфраструктуре. При этом эффективность бизнес-инкубатора будет зависеть от ряда условий, а именно от активности участников и количества услуг, реализуемых БИ участникам. Такие условия на современном этапе нереальны. В связи с этим, мы предлагаем отойти от практики использования типичного неэффективного механизма, к практике активного участия бизнес инкубатора в инновационных бизнес процессах, что схематично можно изобразить на рисунке 2.

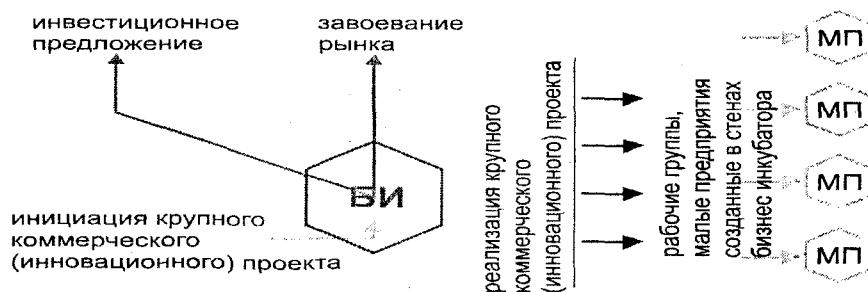


Рис. 2. Эффективный (нетипичный) механизм бизнес-инкубатора

Другой крайностью при создании отечественных бизнес-инкубаторов является использование возможностей не по целевому назначению, а именно (это имеет место в подавляющем большинстве случаев) когда льготные площади и техника используется не для создания наукоемких производств. Товарооборот непрофильной продукции исчисляются для статистики как выручку от реализации наукоемкой продукции, что приводит к ложным представлениям об эффективности деятельности бизнес-инкубаторов. В этом случае бизнес-инкубатор используется как прикрытие для получения в рамках целевых программ, реализуемых бюджетами различных уровней (наверняка не без участия лиц, принимающих решения), льготных площадей, оборудования и финансовых ресурсов. Этот вывод подтверждается публикуемыми отчетами бизнес инкубаторов в Интернете (<http://www.innovbusiness.ru>).

Подводя итог анализу развития бизнес инкубаторов в современной России, все многообразие форм отечественного бизнес-инкубирования можно свести к 3 группам.

Первая группа - это бизнес инкубаторы фиктивно-формального характера. Цель формирования бизнес-инкубатора - прикрытие для получения льготных площадей, либо брендовый шаг, призванный повысить имидж организации, на базе которого он создается. В любом случае декларируемая цель вообще не совпадает с подлинной. Доля этой группы составляет примерно 60-65 %.

Вторая группа - это бизнес-инкубаторы пассивно-инерционного характера. Целью формирования, как правило, является использование интеллектуального капитала для получения прибыли. В большинстве случаев бизнес-инкубаторы такого формата создаются при крупных организациях, университетах, исследовательских институтах. Чаще всего они рекламируют богатый список услуг для всех участников инновационного процесса, в том числе и потенциальных участников. Организуются семинары, тренинги, направленные на получение бизнес-образования и использования креативных технологий (ТРИЗ). Но в большинстве случаев деятельность бизнес-инкубатора носит эпизодический характер, рынок своих услуг изучен слабо, стратегия развития на будущее отсутствует, либо носит инерционный характер. Декларируемая цель, по большому счету, совпадает с подлинной, но в ближайшей перспективе недостижима. Доля этой группы составляет примерно 30-35 %

Третья группа, самая малая, но наиболее эффективная, которую мы назвали бизнес инкубаторы агрессивного-инновационного характера. Цель формирования состоит в получении льгот и повышении возможностей деятельности под конкретный коммерчески ориентированный инновационный проект. Механизм бизнес-инкубатора является нетипичным в своем роде: он выступает не столько как посредник, а больше как участник и активный игрок на рынке инновационной продукции. Как правило, в этом случае бизнес-инкубатор создается на базе конкурентоспособного бизнеса, либо технологии (Инкубатор инновационных технологий «Аккорд», Инкубатор малых инновационных компаний IT и оптического профиля Санкт-Петербургского государственного университета информационных технологий, механики и оптики (СПбГУ ИТМО), Инновационный бизнес-инкубатор ЦВТ «ХИМРАР» на базе Центра высоких технологий (ЦВТ) «ХИМРАР»). Доля этой группы, не доходит даже до 10 %

Таблица 1
Анализ опыта российского бизнес инкубирования

1 группа

1	Автономная некоммерческая организация «Омский молодежный бизнес-инкубатор»	Омская область
2	АНО «Обнинский бизнес-инкубатор»	Калужская область
3	Ассоциация «Бизнес-инкубатор «Воронеж»	Воронежская область
4	Бизнес-инкубатор «Воронеж - Орбита – Сервис»	Воронежская область
5	Бизнес-инкубатор «Развитие»	Республика Бурятия
6	Бизнес-инкубатор «Сайзырал»	Республика Тыва (Тува)
7	Бизнес-инкубатор «Центр по организации производства, переработки и продажи с/х продукции»	Оренбургская область
8	Бизнес-инкубатор Богучанского ЦЗН при Богучанском учебном центре	Красноярский край

9	Бизнес-инкубатор для поддержки малого и среднего предпринимательства (АНО «БИНК»)	Удмуртская Республика
10	Бизнес-инкубатор Пензенской области	Пензенская область
11	Бизнес-инкубатор при Тверском городском фонде поддержки малого предпринимательства	Тверская область
12	Инновационный бизнес-инкубатор Челябинской области	Челябинская область
13	Некоммерческое партнерство «Курганский бизнес – инкубатор»	Курганская область
14	НП «Инкубатор биотехнологий»	Московская область
15	ОАО «Новгородский бизнес-парк»	Новгородская область
16	Калининградский бизнес-инкубатор	Калининградская область
17	Конструкторско-технологический бизнес-инкубатор ТПУ (Томский областной бизнес-инкубатор)	Томская область
18	Красноярский городской инновационно-технологический бизнес-инкубатор (АНО КГИТБИ)	Красноярский край
19	Межвузовский студенческий бизнес-инкубатор «Дружба» (СБИ) Томского государственного университета систем управления и радиоэлектроники	Томская область
20	Московский инновационный бизнес-инкубатор	Москва
21	Муниципальное унитарное предприятие «Бизнес-инкубатор»	Красноярский край
22	Республиканский бизнес-инкубатор	Удмуртская Республика
23	Российско-финский бизнес-инкубатор	Санкт-Петербург
24	Самарский инновационный бизнес-инкубатор при Самарском аэрокосмическом университете	Самарская область
25	Студенческий бизнес-инкубатор «Эврика» (СБИ) при АНО «Технологическая площадка «Центр инновационных предприятий»	Орловская область
26	Студенческий инкубатор высоких технологий	Москва
27	Таганрогский бизнес-инкубатор	Ростовская область
28	Территориальный инкубатор малого бизнеса Северо-западного административного округа	Москва
29	Технологический инкубатор Томского политехнического университета	Томская область
30	Фонд «Рязанский молодежный бизнес-инкубатор»	Рязанская область
31	Студенческий бизнес-инкубатор Центр развития инноваций Института гуманитарного образования (ИГУМО)	Москва
32	Фонд «Якутский инкубатор бизнеса и технологий» Технопарка Якутского государственного университета	Республика Саха (Якутия)
33	Чаплыгинский бизнес-инкубатор	Липецкая область
34	Государственное учреждение «Бизнес-инкубатор»	Вологодская область
35	Инновационно-технологический бизнес-инкубатор Томского государственного университета	Томская область

2 группа

1	Бизнес-инкубатор «Свияга»	Республика Татарстан
2	Бизнес-инкубатор «Угреша»	Московская область
3	Бизнес-инкубатор ГУ-ВШЭ http://hse-inc.ru/about/team	Москва
4	Бизнес-инкубатор Инновационно-производственного технопарка «Идея»	Республика Татарстан
5	Бизнес-инкубатор Нижегородского государственного технического университета	Нижегородская область
6	Волховский Международный бизнес-инкубатор	Ленинградская область
7	Глазовский бизнес инкубатор	Удмуртская Республика
8	Государственное учреждение Вологодской области «Бизнес-инкубатор»	Вологодская область
9	ГУП Республики Коми «Республиканское предприятие «Бизнес-инкубатор»	Республика Коми
10	Инновационный инкубатор Южно-Уральского государственного университета	Челябинская область
11	Иркутский инновационный бизнес-инкубатор (ИрИнБИ)	Иркутская область
12	Национальное содружество бизнес-инкубаторов (НСБИ)	Москва

13	Нижегородский инновационный бизнес-инкубатор	Нижегородская область
14	Нижегородский центр инкубации наукоемких технологий	Нижегородская область
15	Новошахтинский зональный бизнес-инкубатор (НЗБИ)	Ростовская область
16	Окружной бизнес-инкубатор (БИН) Ханты-Мансийского АО	Ханты-Мансийский АО - Югра
17	Многофункциональный деловой центр малого предпринимательства «Марьино»	Москва
18	Республиканский бизнес-инкубатор	Чувашская Республика
19	Российско-Американский центр развития предпринимательства и инноваций «Бизнес-инкубатор»	Амурская область
20	Фонд поддержки предпринимательства «Серпуховский бизнес-инкубатор» (ФПП «Б-И»)	Московская область
21	Первый городской бизнес-инкубатор г Челябинск	Челябинская область
22	http://biznesinkubator.ru/	
23	Виртуальный БИ http://www.virtual-incubator.ru	
24	Бизнес-инкубатор СодБи	

3 группа

1	Инкубатор инновационных технологий «Аккорд» http://www.akkord.info/	Томская область
2	Инкубатор малых инновационных компаний IT и оптического профиля Санкт-Петербургского государственного университета информационных технологий, механики и оптики (СПбГУ ИТМО) http://www.itcitmo.ru	Санкт-Петербург
3	Инновационный бизнес-инкубатор ЦВТ «ХИМРАР» на базе Центра высоких технологий (ЦВТ) «ХИМРАР» http://www.chemrar.ru/index.html	Московская область

Таким образом, исходя из выявленных закономерностей развития бизнес-систем, анализа ошибок и лучшей практики, для эффективного функционирования студенческих бизнес-инкубаторов в регионе, необходимо реализовать следующую систему мероприятий:

1. Реализовать нетипичный механизм бизнес инкубатора, который будет заключаться в активном вовлечении студентов в крупные коммерческие проекты (в отличие от механизма, когда студенты должны сами пробивать ниши), для этого можно на базе вуза спроектировать молодежный кадровый центр, занимающийся оценкой профессиональных и креативных качеств учащихся, подведомственный бизнес-инкубатору.

2. Встроить механизм студенческого бизнес-инкубатора в учебный процесс. Представители, организаторы и главные действующие лица студенческого бизнес-инкубатора должны иметь доступ к студенческой молодежи всех дневных отделений, чтобы обеспечить максимальный охват аудитории.

3. Страховать риски малого бизнеса, образованного в результате деятельности студенческого бизнес-инкубатора. Это может быть реализовано в форме соучастия инкубатора в перспективном малом бизнесе, с обязательным последующим выкупом доли бизнес-инкубатора в этом бизнесе.

4. Создать молодежный кадровый центр

5. Организовать постоянные он-лайн консультации, хороший тематический портал, банк идей, и реализуемых проектов

6. Сформировать ряд бизнес-школ, в том числе – виртуальную.

В результате реализации названных мероприятий появиться реальная площадка для отработки студентами навыков и теоретических знаний, продуктом которой станет выпуск интеллектуального продукта, что позволит укрепить статус бизнес-инкубатора и повысить инвестиционную привлекательность региона.

Кузнецова О.Б.

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ ИННОВАЦИЙ В СИСТЕМЕ МЕЖСЕКТОРНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ

Орловский государственный технический университет

Анализ основных видов межсекторных взаимодействий в современной России (социальное партнерство как форма регулирования социально-трудовых отношений, частно-государственное партнерство, социальное партнерство как форма взаимодействия власти и общественных некоммерческих организаций) показал наличие общих мест в данных подходах, в том числе, возможность формирования общей системы «стратегия, принципы, элементы, направления и механизмы взаимодействия». Инновационный подход к этому процессу на основе теории социальных технологий выражается в том, что структурированная таким образом теоретическая модель внедряется в практику государственного и муниципального управления, действия бизнес-структур и некоммерческих организаций, позволяя увеличивать эффективность их деятельности и получать синергетический эффект от взаимодействия для развития страны, улучшения качества жизни населения. В качестве дефиниции комплексной инновационной модели межсекторных взаимодействий предполагается использование термина «социальное партнерство», как наиболее полно отражающего смысл системного подхода.

Системный подход к построению модели социального партнерства как оптимальной формы взаимодействия государственно-муниципальной властей, бизнеса и общественных некоммерческих организаций предполагает и комплексное отражение ее эффективности.

С точки зрения конкретной компании, эффективность социального партнерства может быть классифицирована в горизонтальном и вертикальном направлениях. Горизонтальная классификация предусматривает выделение соответствующих уровней эффективности межсекторных взаимодействий как комплексного процесса, затрагивающего интересы многих сторон. Таким образом, можно выделить следующие уровни.

1 Внутренняя (корпоративная) эффективность подразумевает эффективность социального партнерства и социальной ответственности для бизнеса. Эффективность социального партнерства для компании включает:

1) финансовую эффективность, в том числе страхование рисков; 2) нефинансовую эффективность, которую невозможно просчитать в краткосрочной или долгосрочной перспективе; 3) эффективность влияния на конкретные группы стейкхолдеров как специфический эффект социальной ответственности и социального партнерства.

2 Внешняя эффективность подразумевает эффективность социального партнерства для общества и государства. При этом можно выделить: 1) бюджетную эффективность, определяемую с позиции снижения нагрузки на бюджет и доли социальных расходов; 2) общественную социальную эффективность; 3) экологическую эффективность и др.

3 Наличие непосредственных заинтересованных в деятельности компании лиц и групп предусматривает выделение также такой специфической категории как эффективность социального партнерства для бизнес-стейкхолдеров компании.

Вертикальная классификация основывается на выделении конкретных видов эффективности социального партнерства по основным блокам взаимодействия (социальное партнерство в основной деятельности сторон, развитие местных сообществ, развитие гражданского общества и демократизация процессов управления). Совмещение данных классификаций позволяет создать матрицу, показывающую влияние конкретных эффектов социального партнерства на деятельность заинтересованных сторон (Таблица 1).

Таблица 1

Эффекты социального партнерства по элементам

	Корпоративная (внутренняя)	Бизнес-стейкхолдеры	Общество и государство (внешняя)
Социальное партнерство в основной деятельности сторон.	выход на мировые рынки; рост производительности труда; повышение эффективности HR; инвестиционная привлекательность; рост продаж; повышение качества и эффективности управления; устойчивые коммуникации с органами власти и общественными организациями; легальная возможность влиять на политические процессы; возможность контроля за эффективностью использования налоговых платежей.	создание рабочих мест и развитие персонала, рост оплаты труда; качество товаров и услуг; совершенствование корпоративного управления; рост прибыли и дивидендов; развитие рынков капитала и эффективное инвестирование средств; обеспечение социальных и трудовых прав работников, права потребителей; выражение коллективных интересов бизнеса; информационная открытость и прозрачность власти; возможность легального влияния на власть и формирование новой политической элиты.	повышение качества и темпов экономического роста; повышение национальной конкурентоспособности по продуктам и ресурсам; развитие инноваций и новых технологий; снижение и повышение качества бюджетных расходов; развитие демократических институтов; рост качества государственного управления (политика, законодательство, программы); информационная открытость и прозрачность.
Развитие местных сообществ.	финансовые показатели; конкурентные преимущества, устойчивость и рост капитализации в долгосрочной перспективе; страхование рисков компании; сокращение транзакционных и операционных расходов; повышение эффективности комплекса маркетинга; эффективность влияния; легитимация бизнеса в глазах общества.	усиление активности предприятий; легитимация бизнеса и его представителей; влияние на корпоративную культуру и атмосферу в коллективе; укрепление отношений с местными сообществами; мотивация персонала.	вклад в выполнение общегосударственных задач; рост благосостояния и качества жизни населения; повышение эффективности социальных программ и проектов; вклад в развитие гражданского общества; развитие рынка социальных проектов и НКО; развитие социальной инфраструктуры; улучшение социально-экономических и экологических условий в регионе присутствия; снижение социальной напряженности.
Развитие гражданского общества и информационная открытость.	совершенствование этики и морали делового сообщества, улучшение репутации.	совершенствование этики ведения бизнеса, делового климата, профессиональных стандартов деятельности; развитие легального информсента прав собственности и контрактных обязательств.	развитие диалоговых методов решения проблем; вклад в формирование нравственной культуры общества; рост доверия к бизнесу.

Трехсторонний подход к определению эффективности социального партнерства позволяет как можно более комплексно подойти к определению всех эффектов взаимодействия власти и бизнеса. Однако перечислить и идентифицировать все выгоды невозможно – в каждой практической ситуации будут свои подходы к определению эффективности. При этом важно показать возможность совмещения интересов власти, общества, бизнеса и его ключевых стейкхолдеров.

Методики оценки эффективности.

1 Традиционный – основывается на соотношении результата с затратами на его получение. Расчет эффективности данным методом возможен далеко не по всем показателям ввиду затрудненно-

сти их расчета и соотнесения долгосрочного эффекта социальных инвестиций, трудностей в просчете связей социальной ответственности и основной деятельности компаний.

2 Метод объективных показателей. Об эффективности социального партнерства могут свидетельствовать такие объективные показатели, как снижение текучести кадров на предприятии, минимизация ущерба окружающей среде, в настоящее время один из самых распространенных показателей – рост заработной платы.

3 Опросные методы. С одной стороны, эффективность социальных инвестиций может быть рассчитана путем определения степени удовлетворенности их получателей, реципиентов, с другой стороны, возможен опрос ключевых стейкхолдеров компании, так называемый анализ заинтересованных сторон. Анализ заинтересованных сторон основывается на оценке деятельности компании различными группами заинтересованных лиц – акционерами, сотрудниками, потребителями, то есть теми, от кого напрямую зависит процветание и результаты основной деятельности компании.

4 Метод экспертных оценок применяется в основном при составлении рейтингов социально-ответственных компаний. Рейтинг компании в мировой практике считается одним из лучших инструментов определения общественной эффективности деятельности конкретного предприятия.

5 Последний метод можно назвать сценарным. Его суть состоит в определении сценариев развития определенной системы при условии осуществления социальных инвестиций и социальной ответственности и без них. Соотнесение этих сценариев позволит по любому из показателей определить эффективность социального партнерства. Возможно, именно этот метод при оценке социального партнерства и может считаться самым наилучшим, однако, его применение в России пока еще затруднено целым рядом проблем: 1) отсутствие теоретических и методических разработок по применению метода; 2) всеобщая неопределенность в стране делает весьма затруднительными просчет вариантов развития.

Таким образом, внедрение на практике элементов системной модели социального партнерства бизнеса, власти и общественных некоммерческих организаций серьезно сказывается как на эффективности функционирования его участников, так дает и синергетический эффект для развития общества и конкретной личности в стране, что соответствует миссии межсекторных взаимодействий.

Подрезов А.Н.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ ЭКОНОМИКИ

Орловский государственный технический университет

Период экономических реформ в России конца XX – начала XXI в. характеризуется кардинальной перестройкой институциональной, отраслевой и региональной структуры национальной экономики. Реформирование российской экономики, ее переход на рыночные принципы функционирования определяют важность изучения изменений структуры экономики в целом и ее основы – промышленности, направленности происходящих процессов. Такой анализ позволит раскрыть сущность проведенных реформ и в той или иной степени оценить их результативность. Но анализ структурных изменений, как бы не был важен сам по себе – не самоцель. Важно также выполнить своевременный прогноз направленности структурных изменений, с тем, чтобы затем содействовать положительным трансформациям структуры экономики и противостоять ее негативным сдвигам.

Прежде чем переходить непосредственно к методическим аспектам анализа и прогнозирования структурных изменений экономики, определим основные понятия в данной сфере – «структура», «структурные преобразования», «структурный сдвиг».

Согласно общенаучным представлениям, структура (от лат. *structura* – строение, расположение, порядок) – это совокупность устойчивых связей объекта, обеспечивающих его целостность и тождественность самому себе, т.е. сохранение основных свойств при различных внешних и внутренних изменениях. В современной науке понятие «структура» обычно соотносится с понятиями системы и организации. Единой точки зрения на соотношение этих понятий нет, однако в большинстве случаев в качестве наиболее широкого из них рассматривают понятие системы, характеризующее все многообразие проявлений сложного объекта – его элементы, строение, связи, функции и т.д. Структура выражает лишь то, что остается устойчивым, относительно неизменным при различных преобразованиях системы; организация же включает в себя как структурные, так и динамические характеристики системы, обеспечивающие ее направленное функционирование[1].

Каждой конкретной целостной системе присуща своя специфическая структура, организация, причем с усложнением системы, повышением степени ее дифференцированности усложняется и структура. Структура интегрирует, связывает части, придает им некую общность, целостность, вызывает возникновение новых системных качеств. Особенно большое значение для сохранения и функционирования целого имеет относительная самостоятельность, устойчивость структуры. Структура не сразу следует за изменением частей целого, а в определенных границах остается постоянной, сохраняя тем самым всю систему.

Трактовка понятия «структурные преобразования экономики» определяется, во-первых, уровнем анализа экономики (макро-, мезо-, микроэкономический), во-вторых, телеологичностью термина «преобразования». Так можно говорить как об институциональных структурных преобразованиях – на уровне институтов, так и о преобразованиях экономики в рамках изменения технологических укладов, определяющих социально-экономическое развитие на страновом уровне.

На страновом уровне структурные преобразования можно определить как изменение соотношения секторов экономики, разграничиваемых по различным классификационным признакам: форме собственности (государственный, некорпоративный, частный), размерам производства (крупный, средний и малый), направлениям инвестиционной деятельности (реальный, финансовый), отраслям (промышленный, банковский, жилищно-коммунальный и др.)[2].

На региональном уровне, который исключительно важен для экономики России, неоднородной в географическом, социально-экономическом и прочих аспектах, следует рассматривать структуру экономики по отраслям производства, выделяя сельскохозяйственный сектор, сектор промышленности и сектор производства услуг; самостоятельное значение имеет также структура промышленности как ведущего звена современной российской экономики.

Результатом структурных трансформаций как понятия, имеющего целенаправленный характер, являются структурные изменения. Под структурными изменениями понимается такое изменение соотношения между элементами системы, которое приводит к осязательному изменению качества их взаимодействия и меняет характер их взаимосвязи.

Наряду с этим понятием применяется понятие «структурный сдвиг». Так, в диссертации О.Ю. Красильникова[3] структурные изменения трактуются в широком аспекте, как изменения пропорций, соотношений между элементами. Под структурным сдвигом О.Ю. Красильников понимает качественное изменение взаимосвязей между сопоставимыми элементами макроэкономической системы, обусловленное неравномерной динамикой. При этом под сопоставимыми элементами понимаются элементы одного уровня экономической системы.

О.С. Сухарев дополняет это определение[4]. Он исходит из того, что изменение в базах данных, сведениях о технологиях, даже структуризация тезауруса отдельных корпораций, фирм и, тем более,

правительство, способно изменять в существенной степени качество взаимодействия и взаимосвязи отдельных элементов экономической системы.

Соответственно, структурные сдвиги могут быть управляемыми и неуправляемыми (спонтанными). Они представляют собой структурное изменение, более видимое по масштабу либо произошедшее на ограниченном интервале времени и по этой причине хорошо идентифицируемое, регистрируемое. Следовательно, определение структурного сдвига зависит от того периода времени, на котором рассматривается структурное изменение и определяется мера значительности этого изменения. Структурные изменения продолжительны по времени, однако структурные сдвиги могут охватывать как короткие, так и длинные исторические участки. С повышением транзакционности экономики структурные сдвиги становятся все более скоростными и по этой причине отчасти неуправляемыми. Инерция принятия правительственных решений, различные бюрократические процедуры затрудняют принятие оперативных управленческих решений относительно изменений экономических структур, и в этом случае эффективность управления понижается [4].

В проблеме измерения структурных сдвигов экономики можно выделить три задачи: 1) измерение собственно структурных изменений, 2) анализ территориальных различий структуры и ее изменений, 3) прогнозирование структурных изменений. Методы решения этих задач определяются масштабами изучаемых социально-экономических систем и рассматриваемым уровнем экономики. Так, Е.Т. Гайдар в своей монографии [5] отмечает, что структурные изменения в обществе могут отражаться в динамике самых разнообразных показателей – изменении среднегодовых темпов прироста численности населения, валового внутреннего продукта (ВВП) на душу населения, структуры занятости в главных секторах экономики, доли городского населения, средней продолжительности обучения, годовых темпов роста мировой торговли и даже в изменении младенческой смертности. В данном случае речь идет о страновом уровне, поскольку все перечисленные показатели – макроэкономические.

Методика измерения структурных сдвигов всегда находилась в центре внимания экономистов (см., например [7, 8]). Это обусловлено тем, что наиболее распространенная мера структурных сдвигов – косинус угла между векторами в многомерном пространстве, образованном показателями структуры, недостаточно чувствителен к изменению структуры. Более предпочтительным является использование не косинуса угла, а непосредственно самого угла, измеренного в градусах или радианах, еще предпочтительнее использовать отношение этого угла к его максимальному значению 90° или $\pi/2$. Тогда мерой изменения структуры будут доли единицы или проценты, а соответствующий показатель – коэффициентом структурных отличий или изменений (КСО, КСИ). Например, при измерении изменений в структуре промышленности на региональном уровне в гипотетическом случае полной монополии какой-либо отрасли этот показатель будет близок к единице или 100 %, если изменений нет – показатель будет равен нулю.

Такой количественный анализ структурных отличий, однако, не учитывает информацию по их направленности. Поэтому, наряду с этим, необходимо рассматривать распределение отраслей конкретных регионов, макрорегионов и РФ по удельному весу в промышленности в виде соответствующих профилей, пример которых приведен на рисунке 1.

Решение второй задачи – анализа территориальных различий как самой структуры, так и ее изменений, тесно связано с типологическим анализом – выявлением групп объектов (в рассматриваемом примере – регионов), однородных по определенному комплексу показателей. Валидным методом типологического анализа является кластерный анализ – многомерный статистический метод, применяемый для выявления групп подобных объектов – кластеров [9]. На первое место в нахождении адекватной кластерной модели находится выбор факторов кластеризации – показателей, по набору которых производится многомерная группировка. Помимо одинаковой размерности (или безразмерности), главное формальное требование к показателям – их некоррелированность друг с другом. Средством проверки выполнимости этого требования является множественный корреляционный анализ.

С содержательной точки зрения, основным требованием к показателям кластеризации является их информативность, определяемая значением коэффициента вариации.

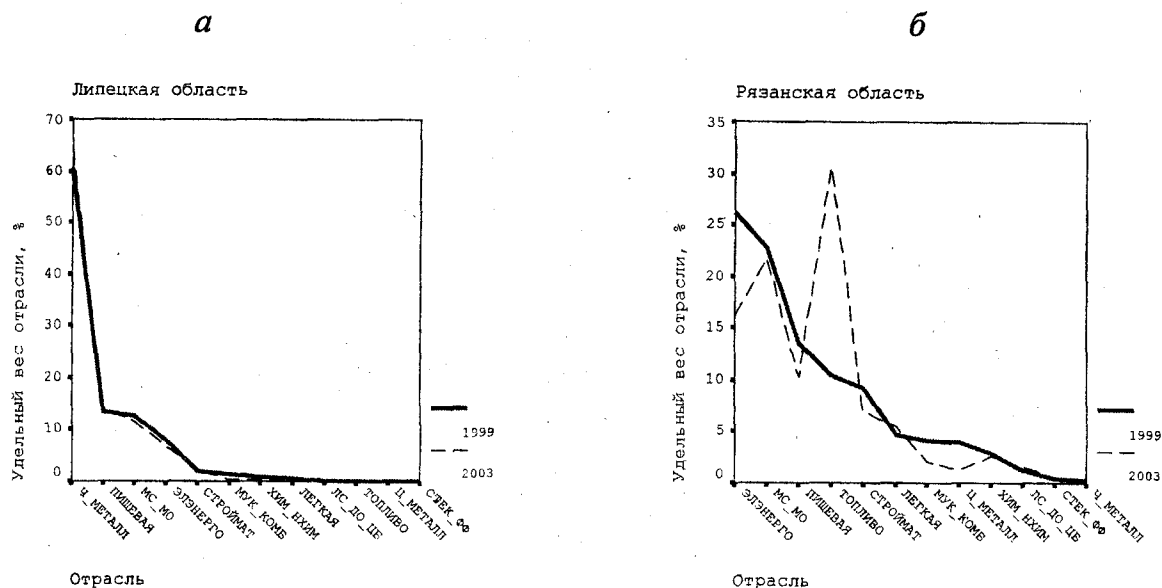


Рис. 1. Профили отраслевой структуры промышленности регионов ЦФО

Наиболее сложным в процедурном отношении является выбор числа кластеров. Помимо устойчивости кластерной модели, важно, чтобы внутри кластеров наблюдалась достаточная однородность подвыборок объектов. Проверка однородности может производиться визуально с помощью построения ящичковых диаграмм (диаграмм Тьюки), а также путем расчета основных статистических характеристик – средних величин, коэффициента вариации [10, 11].

Для решения третьей задачи – прогнозирования структурных изменений – перспективным представляется применение адаптивного подхода на основе моделей многомерных процессов. Многоцелевое развитие экономики вносит противоречивость в принимаемые решения, требует их согласования и разумного компромисса. В многомерных процессах отсутствуют долговременные закономерности в виде трендовых зависимостей, взаимосвязь между ними исключает возможность локальных прогнозов и ориентирует на разработку подходов, в которых учитывается реальное взаимодействие этих процессов в многомерной динамике изучаемой системы.

Один из таких подходов основан на гипотезе о характере структурного взаимодействия экономических показателей, которое можно описывать косвенными темпами приростов, представляющими собой отношения приростов каждого из рассматриваемых показателей ко всем остальным [12]. Идея этой гипотезы в том, что на протяжении некоторого периода времени структура косвенных темпов приростов прогнозируемых показателей может оставаться почти неизменной. Неизменность – это свойство структуры, которое переносится из настоящего в будущее, сохраняя закономерную пропорциональность в развитии социально-экономической системы.

Простейшей реализацией этой гипотезы является модель с детерминированным матричным предиктором (термин «детерминированный матричный предиктор» отражает, что построению соответствующих моделей должны предшествовать процедуры сглаживания, элиминирующие случайную составляющую). В математическом плане матричный предиктор представляет собой матрицу

$(I - V)^{-1}$, где V – матрица, определяющая переход из состояния, описываемого вектором значений предшествующего момента времени, в состояние, представленное вектором значений текущего момента времени, I – единичная матрица. Внедиагональные элементы матричного предиктора интерпретируются как косвенные темпы роста равномерно распределенных частей прогнозируемых пока-

зателей, а диагональные – как прямые темпы роста оставшейся части. В предположении, что матричный предиктор перспективного периода почти не отличается от матричного предиктора текущего периода, выражение

$$\mathbf{x}_t = (\mathbf{I} - \mathbf{V})^{-1} \mathbf{x}_{t-1}, \quad (1)$$

позволяет рассчитывать прогнозные оценки.

Основное преимущество данного подхода заключается в том, что с его помощью можно проводить расчеты для многомерных рядов динамики даже в том случае, когда исследователь располагает наблюдениями лишь за два периода. Статистическая надежность таких прогнозных расчетов опирается на то обстоятельство, что даже при изменении характера динамики прогнозируемых процессов, структура самого предиктора, как правило, изменяется незначительно. Как показывает практика прогнозных расчетов, применение этой модели предпочтительней обычных расчетов с использованием темпов роста, в которых совсем не учитывается взаимодействие между моделируемыми показателями.

Более информативной является матричная модель с переменными, разделенными на две группы: целевые, характеризующие результаты функционирования социально-экономической системы, и ресурсные, характеризующие ее ресурсы. При этом матрица \mathbf{V} разбивается на четыре блока: блок \mathbf{V}_{11} , отражающий косвенные темпы прироста целевых переменных, блок \mathbf{V}_{22} , отражающий косвенные темпы прироста ресурсных переменных, блок \mathbf{V}_{12} , характеризующий влияние ресурсных переменных на прирост целевых переменных, блок \mathbf{V}_{21} , характеризующий влияние целевых переменных на прирост ресурсных переменных. В работе [12] показано, что при таком представлении матрицы косвенных темпов прироста появляется возможность не только прогнозировать будущие значения целевых переменных, но и решать обратную задачу – рассчитывать ресурсы, обеспечивающие заданные значения целевых переменных. В основе расчетов лежат два матричных уравнения:

$$\mathbf{x}_{\text{цел}} = (\mathbf{I} - \mathbf{V}_{11})^{-1} (\mathbf{x}_{t-1\text{цел}} + \mathbf{V}_{12} \mathbf{x}_{\text{ресурс}}), \quad (2)$$

$$\mathbf{x}_{\text{ресурс}} = (\mathbf{I} - \mathbf{V}_{22})^{-1} (\mathbf{x}_{t-1\text{ресурс}} + \mathbf{V}_{21} \mathbf{x}_{\text{цел}}). \quad (3)$$

По уравнению (2) можно определить значения целевых переменных в момент времени t через их значения в момент времени $t-1$ и значения ресурсных переменных в момент времени t , по уравнению (3) – рассчитать необходимые ресурсы.

В работах [13-18] рассматриваются пути решения указанных выше задач анализа и прогнозирования структурных изменений экономики на основе применения современных информационных технологий – системы анализа данных общественных наук SPSS Base [19], геоинформационной технологии HS Vector, базирующейся на векторно-полевом представлении многомерной информации [20], математической системы MathCAD, экспертно-аналитической системы Expert Decide [21].

1. Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1983.
2. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. М.: ИНФРА-М, 2005.
3. Красильников О.Ю. Теоретико-методологические основы исследования структурных сдвигов в современной российской экономике: Автореф. дис. ... д.э.н. М.: МГУ, 2002.
4. Сухарев О.С. Структурные изменения экономики: философия, институты, инвестиции. Брянск: БГИТА, 1998.
5. Гайдар Е.Т. Долгое время. Россия в мире: очерки экономической истории. М.: Дело, 2005.
6. Глазьев С.Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития. М.: ВладДар, 1993.
7. Кархин Т.И., Чесноков А.С. О методологии измерения структурных сдвигов // Экономика и математические методы. 1983. Т. XIX. Вып. 2.
8. Минасян Г. К измерению и анализу структурной динамики // Экономика и математические методы. 1983. Т. XIX. Вып. 2.
9. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ / Дж.-О. Ким, Ч.И. Мьюллер, У.Р. Клекка и др.; Под ред. И.С. Енюкова. М.: Финансы и статистика, 1989.
10. Шуметов В.Г. Кластерный анализ в региональном управлении: учебное пособие. Орел: Изд-во ОРАГС, 2001.
11. Шуметов В.Г. Анализ данных в управлении. Курс лекций. Т. 1: Введение в анализ данных. Орел: Изд-во ОРАГС, 2004.
12. Давнис В.В., Тинякова В.И. Матричные модели в экономическом прогнозировании.
13. Подрезов А.Н. Динамика и структурные сдвиги российской промышленности в период экономической стабилизации // Наука и образование. Межвуз. сб. науч. трудов. Вып. 5 «Общество и экономика». М.: ИИЦ МГУДТ, 2005.
14. Подрезов А.Н. Типология регионов Центральной России по отраслевой структуре промышленности // Наука и образование. Межвуз. сб. науч. трудов. Вып. 4 «Общество и экономика». М.: ИИЦ МГУДТ, 2005.
15. Подрезов А.Н. Структурные сдвиги промышленности Центральной России на региональном уровне // Наука и образование. Межвуз. сб. науч. трудов. Вып. 4 «Общество и экономика». М.: ИИЦ МГУДТ, 2006.

16. Методические аспекты анализа территориального распределения и динамики структуры инвестиций / В.Г. Шуметов, А.Н. Подрезов, П.Н. Подрезов, Н.О. Замосковный // Наука и образование. Межвуз. сб. науч. трудов. Вып.1 «Экономика и управление». М.: ИИЦ МГУДТ, 2006.
17. Подрезов А.Н. Применение современных информационных технологий для совершенствования отраслевой структуры промышленности // Моделирование и прогнозирование в управлении: методы и модели. М-лы междунар. н.-практ. конф. Орел: Изд-во ОРАГС, 2007.
18. Замосковный Н.О., Подрезов А.Н., Шуметов В.Г. Применение геоаналитических технологий для решения задач регионального управления // Повышение эффективности деятельности органов государственного и муниципального управления. М-лы междунар. интернет-конф. Орел: Изд-во ОРАГС, 2007.
19. SPSS Base 8.0 для Windows. Руководство по применению. Перевод–Copyright 1998 СПСС Русь.
20. Литюга И.А., Шуметов В.Г. Интеллектуальные системы и технологии в регионалистике: геоинформационные системы на базе векторно-полевого представления многомерной информации // Интеллектуальные системы. Труды Третьего междунар. симп. М.: МГТУ, 1998.
21. Шуметов В.Г., Кузнецов А.И. Алгоритмы и пользовательский интерфейс системы поддержки принятия решений Expert Decide // Интеллектуальные системы: Труды Четвертого междунар. симп. М.: МГТУ, 2000.

Родионова Е.М.

ПОНЯТИЕ, СТРУКТУРА И КЛАССИФИКАЦИЯ ИСТОЧНИКОВ ИНВЕСТИЦИЙ В ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ НАУЧНЫХ РАБОТНИКОВ

Орловский государственный технический университет

Инвестиционная деятельность - вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.

Длительное время понятие инвестиций отождествлялось с категорией «капиталовложения». Так, академик Т. Хачатуров определяет капиталовложения как «затраты на воспроизводство основных фондов, их увеличение и совершенствование» [1].

Новое экономическое законодательство России, отражающее условия перехода на рыночные методы регулирования экономики, в том числе на развитие инвестиционного рынка, трактует инвестиции предельно широко как «денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта» [2].

Юридическая трактовка инвестиций характеризуется перечислением многих объектов материального и нематериального имущества, которые вкладываются в создание или совершенствование бизнеса, некоммерческой деятельности, а также целевой признак данных вложений в виде прироста прибыли или дохода, получение социальных эффектов. Следует заметить, что в перечень инвестиций не включен ряд важных видов интеллектуальной собственности, таких как «ноу-хау», привилегии и уникальная информация, человеческий капитал. Непроизводственные инвестиции в строительство жилья, школ и больниц также не подпадают под это определение, поскольку не преследуют получение доходов в будущем, а предполагают достижение прямых положительных социальных эффектов в совершенствовании социальной инфраструктуры и улучшений качества жизни.

Человеческий капитал может быть измерен количественно и качественно. Количественные характеристики человеческого капитала измеряются количеством людей, занимающихся полезным трудом, количеством отработанных часов. Качественные характеристики включают в себя знания, мастерство и все, что способствует производительному труду человека. Расходы, направленные на обеспечение жизнедеятельности, повышение производительности труда человека, развивающие его способности по повышению производительности труда, называют «человеческими инвестициями».

Таким образом, на основании выше изложенного, предлагается авторское определение инвестиций в интеллектуальный капитал научных сотрудников: все виды затрат, которые способствуют росту благосостояния (доходов) человека в будущем, носят целесообразный характер и могут быть оценены в денежной или иной форме называются инвестициями в интеллектуальный капитал научных сотрудников.

Инвестиции в физический и интеллектуальный капитал имеют сходства и различия. Боуэн писал: «Инвестиции в человеческий капитал подобны инвестициям в физический капитал в нескольких важных отношениях. И тот, и другой накапливаются в результате приложения экономических ресурсов, которые могли бы быть использованы для производства других предметов и услуг ради текущего потребления; в течение продолжительного времени и тот, и другой ограничены сроками жизни; машины изнашиваются, люди умирают» [3].

Под инвестициями в экономической науке традиционно понимали вложения в капитал и его расширение. Авторы популярного учебника по экономике К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю пишут: «Что включается в понятие инвестиционные расходы? В основном, три компонента: 1) все конечные покупки машин, оборудования и станков предпринимателями; 2) все строительство и 3) изменение запасов» [4]. Как следует из определения инвестиций, они связываются только с движением материально-вещественного капитала.

Авторы российского учебника «Экономическая теория» (под ред. А.И. Добрынина и А.С. Тарасевича) еще более упрощают понятие инвестиций, определяя их как «стоимость товаров, приобретаемых предпринимателями для пополнения запасов капитала» [5]. В данном случае инвестиции сводятся к товарной форме и рыночным закупкам, хотя часто осуществляются вложения собственных средств предприятия и не только в пополнение материальных активов, но и в человеческий капитал.

В инвестиционном анализе инвестиции рассматриваются как процесс взаимодействия предпринимателя и инвестора. А.Б. Идрисов отмечает, что «инвестиции – это процесс взаимодействия, по меньшей мере, двух сторон: предпринимателя (инициатора проекта) и инвестора (финансирующего проект)» [6]. Важно подчеркнуть нацеленность инвестиций на получение в будущем более высоких доходов, а не только возврат инвестиционных затрат.

Классификация инвестиций осуществляется по различным основаниям.

Прежде всего, следует различать виды инвестиций по объекту или целевой направленности:

инвестиции в имущество, включая строительство зданий, сооружений, дорог, мостов, а также на установку станков и оборудования, пополнение материальных запасов и резервов;

инвестиции в финансовые активы в виде ценных бумаг, на пополнение оборотных средств, на повышение ликвидности капитала;

инвестиции в нематериальные активы или в человеческий капитал, к которым относят вложения в получение общего и профессионального образования, повышение квалификации, на поиск информации, в производство инноваций и т.д.

Нас интересует как раз специфика, характер и процессы инвестирования в интеллектуальный капитал в сопоставлении и в определенной пропорции с другими видами инвестиций.

По стадиям жизненного цикла предприятия различают брутто-инвестиции, реинвестиции и нетто-инвестиции.

К нетто-инвестициям относят вложения в создание нового предприятия, или покупку действующего предприятия. При проектировании и строительстве нового предприятия параллельно необходимо осуществлять инвестиции в набор, обучение и подготовку персонала на все рабочие места. Поэтому необходимо выделение доли инвестиционных средств на формирование человеческого капитала, приобретение лицензий, информационное обеспечение. Вопросы реорганизации трудового коллектива предприятия решаются и при покупке действующего предприятия, при смене собственников и направлений деятельности.

Реинвестиции связаны с воспроизводством состава и качества действующих активов, расширением производственных мощностей и увеличением делового потенциала предприятий. А.Б. Идрисов называет следующие основные цели реинвестиций [7]:

- инвестиции при замене действующих основных средств на новые с учетом физического и морального износа;
- инвестиции на рационализацию технологических процессов и оборудования, что позволяет повысить отдачу капитала;
- инвестиции на изменение программы выпуска или на изменение ассортимента продукции по составу и объему;
- инвестиции в диверсификацию деятельности, связанные с изменением бизнес-линий и отраслей деятельности, освоением новых рынков сбыта;
- инвестиции на обеспечение выживания и сохранения конкурентоспособности предприятия в перспективе - на НИОКР, подготовку кадров, рекламу, охрану окружающей среды.

По форме выражения и движения инвестиций выделяют две большие группы - портфельные и реальные инвестиции.

Портфельными инвестициями называют вложения в ценные бумаги различных предприятий или государства. Акции, облигации, векселя, закладные и др. виды ценных бумаг отражают ценность и доходность реальных капиталов или финансовых активов. Портфель ценных бумаг формируется инвестором с целью получения доходов от разницы курсовой стоимости ценных бумаг и величины процента. Ценные бумаги в России чаще всего выпускаются под реальные материальные активы. Пока явно недостаточна практика выпуска ценных бумаг, обеспечиваемых интеллектуальной собственностью, эмиссия под нематериальные активы.

Реальные инвестиции связаны с финансированием конкретных инвестиционных проектов в отраслях бизнеса, создающих реальную продукцию или услуги и увеличивающих доходы. Однако вряд ли оправданно считать реальными инвестиционные проекты только в промышленности, в сельском хозяйстве, в строительстве, на транспорте и в связи, т.е. только в материальном производстве. Реальными инвестициями следует признавать и соответственно оценивать проекты совершенствования здравоохранения, образования, науки, культуры, т.е. вложения в накопление человеческого капитала. Данные инвестиционные проекты обеспечивают наращивание производительного потенциала и увеличивают ВВП, национальный доход, доходы предприятий и физических лиц.

Таким образом, рассмотрение понятия и классификации инвестиций в сфере материального производства позволяет более широко представить объем и структуру инвестиций в интеллектуальный капитал. Мы считаем, что теория инвестиций в человеческий капитал будет более адекватно отражать действительные процессы при рассмотрении общих направлений и структуры инвестиций в материальный и человеческий капитал (рисунок 1).

Особенность инвестиций в интеллектуальный капитал научных сотрудников заключается в том, что он неотделим от его носителя. Инвестиционный период такой формы вложений как образование может достигать 40 лет. Функционирование человеческого капитала, объем инвестиций и степень отдачи от его применения обусловлено свободным волеизъявлением субъекта, его индивидуальными предпочтениями и интересами, материальной и моральной заинтересованностью, общим уровнем культуры, в том числе экономической. Естественно, что чем больше человек учился, тем выше у него уровень образования, тем большим объемом интеллектуального капитала он обладает.

Поэтому структурный анализ инвестиций в интеллектуальный капитал научных работников необходимо дополнить анализом инвестиционного процесса во времени, в период довузовского, вузовского и послевузовского образования.

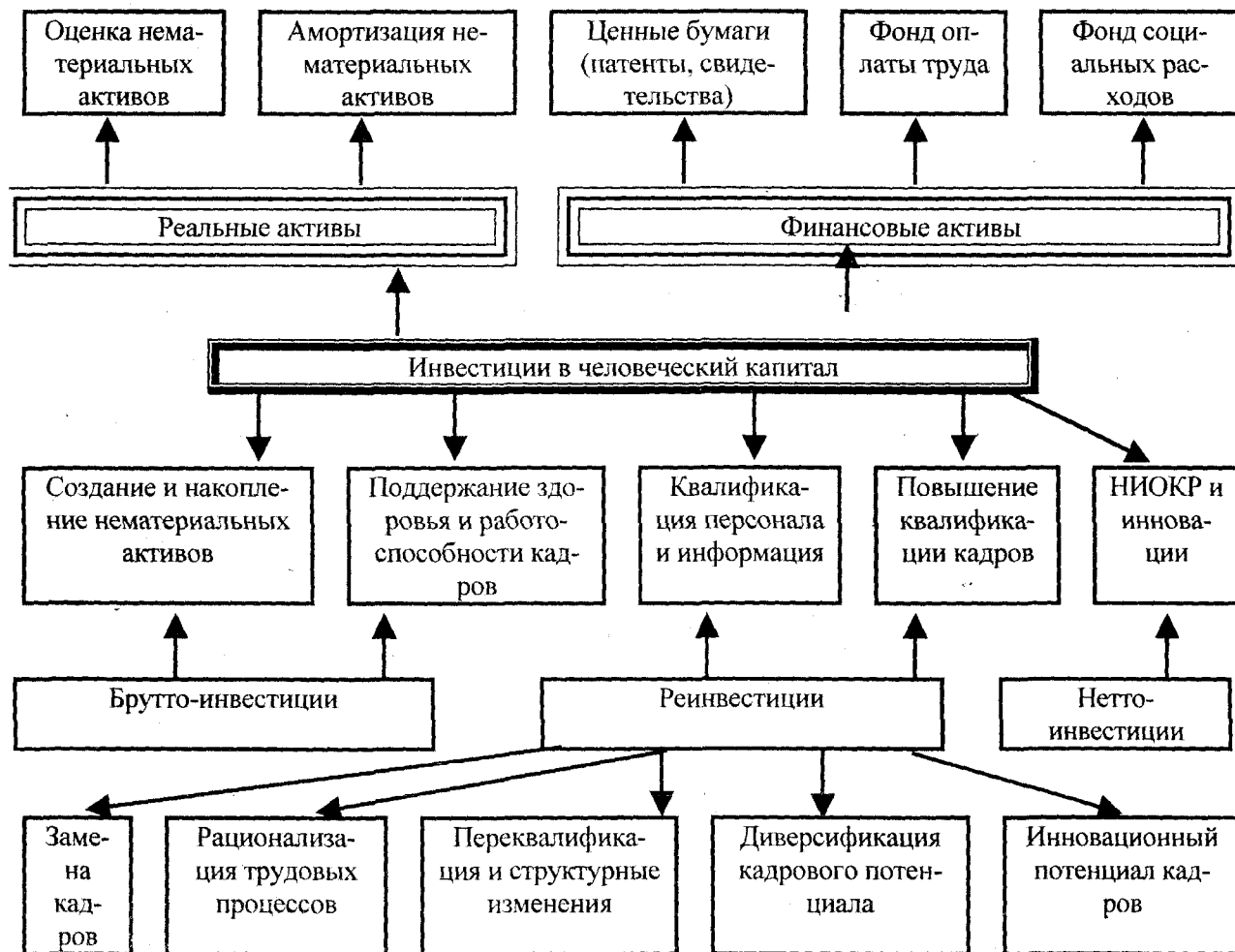


Рис. 1. Структура и виды инвестиций в человеческий капитал

Представим схему процесса подготовки научного работника, включая все формы.

Таблица 1. Стадии подготовки научного работника

форма подготовки	возраст, лет	типы инвесторов	тип учебного заведения	форма аттестации
довузовское образование	3-17	семья государство	специализированное учреждение для одаренных детей	аттестат о среднем образовании
первая ступень высшего образования	17-21	семья государство	вуз	диплом бакалавра
вторая ступень высшего образования	21-23	семья государство	вуз	диплом магистра
аспирантура	23-26	семья государство аспирант	вуз, НИИ	диплом кандидата наук
преддокторантура	25-32	государство соискатель	вуз, НИИ	диплом доцента, научного сотрудника
докторантура	32-43	государство докторант	вуз, НИИ	диплом доктора наук
постдокторантура	43-45	государство научный работник	вуз, НИИ, предприятие, организация	диплом доктора наук
повышение квалификации	45-50	государство научный работник	вуз, НИИ	диплом профессора
формирование научной школы	50-55	государство научный работник	вуз, НИИ	диплом академика
работа с научной школой	55-...	государство научный работник	вуз, НИИ	

Рассмотрим инвестиционный процесс довузовской подготовки, включающий в себя подготовку в дошкольном учреждении и среднем специальном учебном заведении.

Вид деятельности	довузовская подготовка																	подготовка в учреждении высшего образования				
	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	
Годы жизни																						
Тип инвестиций и их отдача	Прямые инвестиции			Прямые инвестиции														Прямые инвестиции				
Источники инвестиций	Труд воспитанника			Труд ученика														Труд студента				
	Вклад дошкольного учреждения			Вклад учреждения среднего образования														Вклад учреждения высшего образования				
	Бюджетные инвестиции			Бюджетные инвестиции														Бюджетные инвестиции				
	Семья			Семья														Семья				

Рис. 2. Инвестиционный процесс довузовской подготовки

Предположим, если ребенок находится в дошкольном учреждении 4 года, то инвестиции состоят из двух основных источников - государственное финансирование и расходы семьи.

Прямые инвестиции по приблизительной оценке можно определить по следующим составляющим. Государство создает необходимые материальные условия воспитания, приобретая книги, обучающие программы, предоставляя помещения, оплачивая труд специалистов. Так, специалист, готовящий к школе, имеет заработную плату около 5000 рублей в месяц. Значит, инвестиции составят около 180 тыс. рублей (5т.р. x 36 месяцев). Инвестиции семьи составят около 24 тыс. рублей в год на ребенка. За 3 года инвестиции составят 252 тыс. рублей.

Далее происходит подготовка в средней школе, которая составляет 11 лет.

Если школьник обучается 11 лет, то инвестиции состоят из трех основных источников – личный труд, вклад средней школы, государственное финансирование школы.

Прямые инвестиции по приблизительной оценке можно определить по всем трем составляющим. Так, школьник, согласно государственному образовательному стандарту среднего профессионального образования затрачивает в среднем 13 тысяч часов (30 часов x 39 недель x 11 лет) за 11 лет на выполнение всех предусмотренных стандартом работ. Оплата одного часа работ специалиста с высшим образованием составляет, например, 50 рублей в час. Значит, государственные инвестиции составили 650 тыс. рублей (50 руб. x 13000 часов).

Далее происходит подготовка в вузе, которая составляет 4, 5 или 6 лет.

Если студент обучается шесть лет (магистерская подготовка) в вузе, то инвестиции состоят из трех основных источников – личный труд студента, вклад вуза, государственное финансирование вуза.

Прямые инвестиции по приблизительной оценке можно определить по всем трем составляющим. Так, студент, согласно государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования затрачивает 7, 8 или 9 тысяч часов за 4, 5 или 6 лет на выполнение всех предусмотренных стандартом работ и защиту диплома или магистерской диссертации. Оплата одного часа работ специалиста со средним образованием составляет, например, 50 рублей в час. Значит, личные инвестиции составили 350, 400 или 450 тыс. рублей (50 р. x 7, 8 или 9 тысяч часов) соответственно получаемой ступени образования. Часто эту часть инвестиций считают косвенной и оценивают по потерянному заработку. Более оправданно считать эти инвестиции прямыми в виде собственного труда студента.

Представим инвестиционный процесс в интеллектуальный капитал при подготовке кандидатской диссертации сразу после окончания вуза (Рисунок 3).

Вид деятельности	Аспирантура			Стаж научно-педагогической деятельности											
	Годы жизни	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Тип инвестиций и их отдача	Прямые инвестиции			Реинвестиции											
				Эффект инвестиций											
Источники инвестиций	Труд соискателя			Рост научно-квалификационного уровня и прирост личных доходов											
	Вклад вуза (НИИ)			Рост рейтинга вуза (НИИ) и прирост доходов											
	Бюджетные инвестиции			Прирост национального человеческого капитала страны											

Рис. 3. Инвестиционный процесс аспирантуры

Если аспирант обучается три года в очной аспирантуре, то инвестиции состоят из трех основных источников – личный труд соискателя, вклад вуза или НИИ, государственное финансирование аспирантуры. Реинвестиции в период трудовой деятельности включают расходы на информационное обеспечение и повышение квалификации.

Прямые инвестиции по приблизительной оценке можно определить по всем трем составляющим. Так, соискатель, согласно макету государственного образовательного стандарта послевузовского профессионального образования затрачивает 6 тыс. 480 часов за три года на выполнение научно-исследовательских работ и защиту диссертации. Оплата одного часа работ специалиста с высшим образованием составляет, например, 50 рублей в час. Значит, личные инвестиции составили 324 тыс. рублей (50 руб. x 6 тыс.480 часов). Часто эту часть инвестиций считают косвенной и оценивают по потерянному заработкам. Более оправданно считать эти инвестиции прямыми в виде собственного труда соискателя.

Вуз или НИИ также вкладывает инвестиции в послевузовское образование, создавая необходимые материальные условия работы, разрешая пользоваться лабораторным оборудованием, связью, библиотеками, оплачивая труд научного руководителя. Собственные инвестиции вуза составят 30 тыс. рублей в год на аспиранта плюс оплата труда научного руководителя 8050 рублей в год. За 3 года инвестиции составят 138300 рублей.

Государство аспирантам выплачивает стипендию. На конец 2007 г. она составляла 1500 рублей в месяц или за три года - 54 тыс. рублей. Общие инвестиции в ценах 2007 г. составят около 516300 рублей на три года аспирантуры. Реинвестиции в период трудовой деятельности включают расходы на повышение квалификации и, прежде всего, на информационное обеспечение в виде подписки на специальную литературу и журналы, содержание информационных систем и баз данных.

Инвестиционный процесс подготовки докторской диссертации представлен на рисунке 4. Для него характерно выделение преддокторантуры, заключающейся в разработке научно-исследовательского задания в виде выполненных НИР и публикаций. Поскольку в период докторантуры защищают диссертации редко, то выделяется период постдокторантуры.

Вид деятельности	Преддокторантура		Докторантура			Постдокторантура		Научно-педагогическая деятельность						
	Возраст, лет	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	и т.д.
Тип инвестиций и их отдача	Преддокторантура		Прямые инвестиции			Постдокторантура		Реинвестиции						
								Эффект инвестиций						
Источники инвестиций			Труд соискателя					Рост научно-квалификационного уровня и прирост личных доходов						
			Вклад вуза (НИИ)					Рост рейтинга вуза (НИИ) и прирост доходов						
			Бюджетные инвестиции					Прирост национального человеческого капитала страны						

Рис. 4. Инвестиционный процесс докторантуры

Если оценить затраты личного труда соискателя по 1 тыс. часов в год в преддокторантуре и постдокторантуре и по 2 тыс. часов в год в докторантуре с оценкой 1 часа труда в 134 руб. в час, то получаем прямые инвестиции в сумме 1340 тыс. рублей (134 руб. x 10000 час.).

В Орловском государственном техническом университете существует система доплат в послезузовской подготовке. Всем аспирантам заочного обучения, работающим преподавателями в ОрелГТУ, ежемесячно из средств университета доплачивается к основной заработной плате 885,78 руб. Доплата кандидатам наук, доцентам ОрелГТУ составляет ежемесячно 2480 руб. При поступлении в докторантуру к основной государственной стипендии из средств университета производится доплата в размере 1500 рублей в месяц. Кроме этого, если докторант продолжает работать на кафедре, то ему сохраняются все персональные надбавки в полном объеме в течение всего обучения в докторантуре.

1. Хачатуров Т.С. Эффективность капиталовложений. М.: Экономика, 1979. С. 45.
2. № 39-ФЗ «Федеральный закон об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений».
3. Bowen H. Investment in Learning. San Francisco, 1978. P. 165.
4. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Т. 2. М.: Республика, 1992. 400 с.
5. Добрынин А.И., Дятлов С.А., Курганский С.А. Методология оценки человеческого капитала // Экономика образования. № 1. С. 9-14.
6. Идрисов А.Б. Планирование и анализ эффективности инвестиций. М., 1995. 160 с.
7. Идрисов А.Б. Планирование и анализ эффективности инвестиций. М., 1995. С. 55.
8. Автономов В.С. Модель человека в экономической науке, СПб.: Экономическая школа, 1998.
9. Аверкин В.Н. Проблема финансирования системы образования // Экономика образования. 1999. № 3. С. 9-13.

Русу Я.В.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА НА РАБОЧУЮ СИЛУ НА МИКРОУРОВНЕ И ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА ПРОГНОЗА

Орловский государственный университет

Основные методы прогнозирования можно разбить на две большие группы:

- фактографические, которые базируются на фактически имеющейся информации об объекте прогнозирования и его прошлом. Они условно подразделяются на статистические и аналоговые методы;
- экспертные методы используют мнения специалистов-экспертов и применяются тогда, когда невозможно формализовать изучаемые процессы или имеет место неопределенность развития хозяйственной системы.

Экстраполяция - наиболее простой и часто употребляемый метод, который состоит в перенесении сегодняшней ситуации (пропорций) в будущее (таблица 1).

Таблица 1

Прогноз спроса на рабочую силу в рамках одной компании [1]

	Год	Количество работников		Отношение контролер: рабочие
		Рабочих	Контролеров	
Факт	-3	1500	150	1:10
	-2	1800	180	1:10
	Последний год	2000	180	1:11
Прогноз	Следующий год	2200	200	1:11
	+2	2500	210	1:12
	+3	2750	230	1:12

На основе данных о количестве работников, контролеров на предприятии за последние годы (в данном случае рассматриваются последние 3 года) и отношении контролер/рабочие рассчитывается количество работников и контролеров на последующие годы. Отношение контролер/рабочие обычно рассчитывается как среднее арифметическое, количество контролеров выбирается самой фирмой, а

количество рабочих считается путем умножения числа контролеров на предприятии на знаменатель отношения контролер/рабочие.

Привлекательность метода экстраполяции состоит в его общедоступности. Ограниченность заключается в невозможности учесть изменения в развитии организации и внешней среды. Поэтому этот метод подходит для краткосрочного планирования и для организаций со стабильной структурой, действующих в стабильной окружающей среде. Многие организации пользуются методом скорректированной экстраполяции, который учитывает изменения в соотношении факторов, определяющих численность сотрудников - повышение производительности труда, повышение цен.

Приемы изучения работы могут быть использованы тогда, когда есть возможность применить рабочие измерители для подсчета времени, которое должно затрачиваться на каждую операцию, и требуемого количества труда. Исходным пунктом для промышленной компании является производственный бюджет, подготовленный на основе измерения возможного объема продаваемой продукции компании в целом либо объемов выпуска для каждого из ее подразделений. Используя нормы времени, составляют бюджет производительного времени. Затем норму времени на выпуск одного изделия умножают на плановый объем выпуска и получают плановый фонд времени на данный период. Полученный фонд времени делят на фонд времени одного работника и получают требуемое количество работников. Необходимо также учесть абсентеизм и прогнозный уровень простоев. Приведем наиболее упрощенный пример такой процедуры (таблица 2)

Таблица 2
Расчет требуемого количества основных рабочих

План выпуска на год	20 тыс. изделий
Норма времени	5 часов
Плановый фонд времени на год	100 тыс. часов
Годовой фонд времени одного рабочего (допуская нормальное количество сверхурочных часов, абсентеизм и простои)	2 тыс. часов
Требуемое количество основных рабочих	50 человек

Требуемое количество основных рабочих рассчитывается в 2 этапа:

- 1) плановый фонд времени на год вычисляется путем умножения плана выпуска на год на норму времени;
- 2) путем деления годового фонда времени одного рабочего на плановый фонд времени на год определяется искомая величина.

Экспертные оценки - это метод, основывающийся на использовании мнений специалистов для определения потребностей в человеческих ресурсах. Такими специалистами в организации являются, прежде всего, руководители подразделений. Служба управления персоналом занимается сбором и обработкой их оценок.

Преимущества метода экспертных оценок заключаются в участии линейных руководителей; их знания и опыт придают плану дополнительную весомость в глазах высшего руководства. Недостатки метода связаны с трудоемкостью процесса сбора и обработки мнений экспертов, а также с субъективностью их суждений.

Прогнозирование осуществляется на базе тесного контакта с отделом по совершенствованию организационной структуры и методов управления (иногда он оформляется как особое подразделение в составе кадровых служб), ответственным за создание новых должностей и изменение структурных подразделений. Для осуществления прогнозирования персонала необходимы:

- полный статистический анализ наличных кадров на основе подробной их классификации по должности, полу, возрасту, сроку службы, квалификации, типу оплаты и пр.;
- прогнозирование потребности в кадрах на основе анализа тенденций, выявленных постоянным изучением кадров с учетом роста народонаселения, изменений в структуре образования, миграционных

потоков. Основой такого прогноза служит годовой бюджет и долгосрочный корпоративный план, переведенные на уровни деятельности для каждого функционального и линейного подразделения.

Расчет потребности в персонале на перспективу осуществляется исходя из прогноза ожидаемого спроса на рабочую силу в будущем на основании запланированной производственной программы и прогноза изменений в количественном составе кадров (к примеру, на основании показателей текучести кадров). При расчете будущего спроса на рабочую силу целесообразно также учитывать ожидаемые изменения рабочего времени. Естественно, в этих расчетах достаточно велик фактор неопределенности.

Потребности в персонале прогнозируются путем сопоставления прогнозов предложения и спроса и установления того недостатка или избытка работников, который может появиться в будущем. В таблице 5 показано, как составить прогноз спроса и предложения на период 5 лет, который покажет необходимое для найма количество работников.

Таблица 5
Прогноз потребностей в наборе персонала

		1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	5-й год
Спрос	1. Кол-во, требуемое на начало года	120	140	140	120	120
	2. Изменения в прогнозе требований в течение года	+20	Нет	-20	Нет	Нет
	3. Требуется к концу года, всего (1+2)	140	140	120	120	120
Предложение	4. Наличие на начало года	120	140	140	120	120
	5. Прирост за счет переводов и продвижений вовнутрь	5	5	-	-	-
	6. Потери за счет:					
	а) выходов на пенсию	3	6	4	1	4
	б) текучести	15	17	18	15	14
	в) переводов и продвижений вовне	2	4	6	3	-
	г) всего потеря	20	27	28	19	17
	7. Наличие на конец года, всего (4+5-6)	105	118	112	101	103
Требуется	8. Нехватка (н) или излишек (и): (3-7)	35(н)	22(н)	8(н)	19(н)	17(н)
	9. Потери среди нанятых в течение года	3	6	2	4	3
	10. Дополнительная потребность в течение года (8+9)	38	28	10	23	20

Первый год прогноза может быть годовым бюджетом труда и корректироваться ежегодно (или чаще, если спрос быстро меняется). В некоторых случаях невозможно прогнозировать на длительный срок (например, пять лет), в других же случаях и нет смысла это делать, потому что организация не в состоянии принять меры, рассчитанные более чем на год или на два вперед.

Использование приемов моделирования персонала при подготовке общих прогнозов человеческих ресурсов помогает понять, предсказать и измерить уровень текучести кадров, а также оказывает воздействие в оценке карьеры. Если организация обладает компьютеризированной информационной системой, то можно использовать информацию имеющихся баз данных для быстрого и подробного анализа больших массивов данных.

Отсутствие необходимой информации является в настоящее время основным препятствием в повышении достоверности прогнозов профессионально-квалификационного спроса на рабочую силу. Основные недостатки информации по вопросам профессионально-квалификационного состава рабочей силы, предоставленной Госкомстатом РФ:

- ограниченность первичного учета состава рабочей силы по профессиям;
- чрезмерно высокая степень агрегированности профессий при обработке материалов выборочных обследований;
- неустойчивость классификации занятий, применяемой в выборочных обследованиях, и как следствие - короткий период наблюдений, затрудняющий выявление основных тенденций развития профессионально-квалификационного состава рабочей силы и их оценку на перспективу;
- для улучшения качества статистической информации в рамках компетенции необходимо:

- расширить масштабы статистической выборки при проведении обследований населения по вопросам занятости;
- дополнить выборочные обследования по проблемам занятости выборочным учетом профессионального состава занятых в организациях;
- внести изменения в классификацию занятий, используемую Госкомстатом России при обработке первичных данных выборочных обследований, имея в виду повышение степени однородности занятий, включаемых в ту или иную группу, что неизбежно потребует разумного увеличения их числа;
- адаптировать к новому Общероссийскому классификатору занятий Классификатор профессий и специальностей, по которым осуществляется подготовка в начальных, средних и высших профессиональных учебных заведениях;
- включить в годовую отчетность Минтруда России информацию о состоянии рынка труда, уровне безработицы по занятиям и о составе безработных;
- организовать мониторинг трудоустройства выпускников учреждений профессионального образования.

Прогнозирование спроса на рабочую силу в профессионально-квалификационном разрезе должно стать органичной частью системы макроэкономического прогнозирования и выполняться министерствами (ведомствами), которые определяют на перспективу основные параметры социально-экономического развития, включая занятость и рынок труда. Очевидно, что для повышения степени достоверности прогнозов общей и дополнительной потребности в рабочей силе по профессиям необходимо усовершенствовать методологию расчетов, расширить круг используемых статистических данных и горизонт прогнозирования (до пяти-десяти лет)

Подводя итоги, можно сказать, что сопоставление прогнозов спроса и предложения дает представление о том, какое количество персонала потребуется набрать на предприятие. В случаях, когда требуется проанализировать значительный объем данных по спросу и предложению и оценить количество предположений о будущем состоянии дел, используется моделирование человеческих ресурсов. Модель - это изображение реальной ситуации. Она описывает взаимосвязь между факторами путем структурирования и формализации всей информации об этих факторах.

Таким образом, выделяют множество способов прогнозирования спроса на рабочую силу, важнейшими из которых являются: экстраполяция - наиболее простой и часто употребляемый метод, который состоит в перенесении сегодняшней ситуации (пропорций) в будущее; экспертные оценки - это метод, основывающийся на использовании мнений специалистов для определения потребностей в человеческих ресурсах; компьютерные модели представляют собой наборы математических формул, которые позволяют одновременно использовать методы экстраполяции, экспертных оценок, а также информацию о динамике факторов, влияющих на потребности организации в рабочей силе. Для создания прогноза персонала необходимы: полный статистический анализ наличных кадров на основе подробной их классификации по должности, полу, возрасту, сроку службы, квалификации, типу оплаты; прогнозирование потребности в кадрах на основе анализа тенденций, выявленных постоянным изучением кадров с учетом роста народонаселения, изменений в структуре образования, миграционных потоков.

1. Соловьев Д.П. Управление персоналом /Учебник для аспирантов Энциклопедия управления персоналом. [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://dps.smrtdc.ru/Od_PM

Брехова Т.Б.

ФОРМИРОВАНИЕ ИНСТИТУТОВ СИНХРОНИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЦИКЛОВ

Орловский государственный технический университет

Цикличность развития производственных систем в настоящее время является доказанным фактом. Если движущие силы и конкретные параметры цикличности активно обсуждаются научным сообществом с прогностическими целями, то построение системы способной адекватно реагировать на данные циклические колебания является насущной проблемой практиков в области проектирования производственных систем и образования.

В данном случае под инновационным циклом понимаются циклы изменения способов производства материальных благ. Разномасштабность данных циклов позволяет рассматривать и мирохозяйственную производственную систему (смена технологических укладов), и циклы развития территориальных (региональных) производственных систем и инновационные циклы предприятия, (выражающееся в смене оборудования в различной степени отличающегося от используемого на данный момент). Чем менее масштабны инновационные циклы, тем большее количество детерминант их обуславливает, так на принятие решения о замене оборудования оказывает влияние масса факторов от уровня существующих технологий, до финансового состояния предприятия и уровня компетенции руководства. К числу объективных характеристик инновационного цикла следует отнести физический износ оборудования и его моральное устаревание, то есть неспособность обеспечивать необходимую норму прибыли то ли вследствие изменения рыночной конъюнктуры, то ли из-за появления новых более эффективных технологий. Инновационные циклы сильно различаются по длительности в разных отраслях.

Образовательный цикл – это цикл подготовки человека, не просто обладающего определенной суммой знаний и навыков, необходимых для обеспечения функционирования определенных технологий, но и способных в определенной мере адекватно реагировать на изменения данной технологии. Длительность образовательного цикла обусловлена цикличностью воспроизводства человеческого капитала.

Дискуссия о том, что является определяющим в отношении смены инновационно-образовательных циклов, неизбежно заводит нас в кольцо взаимосвязей, исключающих однозначный ответ: с одной стороны, новые технологии не могут быть созданы и внедрены без соответствующего образовательного уровня населения, а с другой, именно развитие производительных сил диктует запрос на более образованную рабочую силу. Скорее всего, определяющим фактором здесь выступает диффузия новшеств, то есть для создания и внедрения новой технологии не требуется большого числа лиц с высоким образовательным уровнем, однако по мере распространения технологий, формирующих более высокую норму прибыли, повышаются и требования к образованию работников.

Все вышесказанное делает необходимым создание системы институтов, позволяющих осуществлять синхронизацию инновационно-образовательных циклов. Инновационные циклы более подвижны, конъюнктурны, ориентированы на удовлетворение потребностей общества в целом, в то время как образовательные более консервативны, длительны, сложнее поддаются коррекции и ориентированы на индивида, его способности и потребности. «Институты синхронизации» должны создаваться на всех уровнях системы образования, позволяя индивиду сформировать образовательную траекторию наиболее адекватную его способностям и жизненным целям.

Формирование институтов синхронизации инновационно-образовательных циклов должно обеспечиваться как со стороны государства, так и со стороны бизнеса. Рассмотрим первичные элементы и их развитие в современной России. Это элективные курсы (среднее образование) и корпоративные университеты (бизнес образование).

В Приказе Минобрнауки РФ от 18 июля 2002 г. № 2783 «Об утверждении Концепции профильного обучения на старшей ступени общего образования» [1] дано следующее определение элективных курсов. «Элективные курсы - обязательные для посещения, курсы по выбору учащихся, входящие в состав профиля обучения на старшей ступени школы. Элективные курсы реализуются за счет школьного компонента учебного плана и выполняют две функции. Одни из них могут «поддерживать» изучение основных профильных предметов на заданном профильным стандартом уровне. Например, элективный курс «Математическая статистика» поддерживает изучение профильного предмета экономики. Другие элективные курсы служат для внутри профильной специализации обучения и для построения индивидуальных образовательных траекторий. Например, курсы «Информационный бизнес», «Основы менеджмента» и др. в социально-гуманитарном профиле; курсы «Химические технологии», «Экология» и др. в естественнонаучном профиле. Количество элективных курсов, предлагаемых в составе профиля, должно быть избыточно по сравнению с числом курсов, которые обязан выбрать учащийся. По элективным курсам единый государственный экзамен не проводится.

При этом примерное соотношение объемов базовых общеобразовательных, профильных общеобразовательных предметов и элективных курсов определяется пропорцией 50:30:20.

Предлагаемая система не ограничивает общеобразовательное учреждение в организации того или иного профиля обучения (или нескольких профилей одновременно), а школьника в выборе различных наборов базовых общеобразовательных, профильных предметов и элективных курсов, которые в совокупности и составят его индивидуальную образовательную траекторию. Во многих случаях это требует реализации нетрадиционных форм обучения, создания новых моделей общего образования».

Здесь же оговариваются и основные формы взаимодействия заинтересованных субъектов образовательного процесса при внедрении системы профильного образования:

1) Модель внутришкольной профилизации. Общеобразовательное учреждение может быть однопрофильным (реализовывать только один избранный профиль) и многопрофильным (организовать несколько профилей обучения). Общеобразовательное учреждение может быть в целом не ориентировано на конкретные профили, но за счет значительного увеличения числа элективных курсов предоставлять школьникам (в том числе, в форме многообразных учебных межклассных групп) в полной мере осуществлять свои индивидуальные профильные образовательные программы, включая в них те или иные профильные и элективные курсы;

2) Модель сетевой организации. В подобной модели профильное обучение учащихся конкретной школы осуществляется за счет целенаправленного и организованного привлечения образовательных ресурсов иных образовательных учреждений. Оно может строиться в двух основных вариантах.

Первый вариант связан с объединением нескольких общеобразовательных учреждений вокруг наиболее сильного общеобразовательного учреждения, обладающего достаточным материальным и кадровым потенциалом, которое выполняет роль «ресурсного центра». В этом случае каждое общеобразовательное учреждение данной группы обеспечивает преподавание в полном объеме базовых общеобразовательных предметов и ту часть профильного обучения (профильные предметы и элективные курсы), которую оно способно реализовать в рамках своих возможностей. Остальную профильную подготовку берет на себя «ресурсный центр».

Второй вариант основан на кооперации общеобразовательного учреждения с учреждениями дополнительного, высшего, среднего и начального профессионального образования и привлечении дополнительных образовательных ресурсов. В этом случае учащимся предоставляется право выбора получения профильного обучения не только там, где он учится, но и в кооперированных с общеобразовательным учреждением образовательных структурах (дистанционные курсы, заочные школы, учреждения профессионального образования и др.).

Оговорены и этапы перехода на новую систему обучения.

Предварительным этапом введения профильного обучения является начало перехода на предпрофильное обучение в последнем классе основной ступени. При содействии муниципальных и регио-

нальных органов управления образованием необходимо организовать повышение квалификации учителей и администрации общеобразовательных учреждений, принять меры по обеспечению школ учебными пособиями и при необходимости учебниками, отвечающими задачам профильного обучения.

Понятие «корпоративный университет» не имеет законодательно оговоренного определения. Как правило, это некоммерческие организации и специальные подразделения функционирующие в крупных компаниях и преследующие следующие цели: повысить эффективность деятельности компании через комплексное обучение руководителей высшего и среднего звена; подготовить компанию к изменениям и снять сопротивление сотрудников к нововведениям, сделав их сторонниками активными участниками изменений; формирование единой идеологии менеджмента в компании и общего понятийного аппарата; формирование единых корпоративных ценностей и корпоративной культуры; генерация идей, стимулирование непрерывного развития организации; научить сотрудников комплексному подходу к решению рабочих вопросов возникающих в ходе хозяйственной деятельности; дать навыки практического использования современных подходов к ведению бизнеса и реализовать конкурентное преимущество компании; укрепить и развить межфункциональные связи внутри компании; разработать в процессе обучения и внедрить изменения в компании, призванные повысить конкурентоспособность и прибыльность бизнеса [2].

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать вывод, что формирование институтов, призванных обеспечить синхронизацию инновационно-образовательных циклов только началось. Требуется разработка системы мероприятий, направленных на согласование действий между различными уровнями образовательной системы и бизнесом, предоставление особых режимов функционирования хозяйствующим субъектам, способным стать элементами систем, обеспечивающей синхронизацию инновационно-образовательных циклов.

1. Приказ Минобразования РФ от 18 июля 2002 г. № 2783 «Об утверждении Концепции профильного обучения на старшей ступени общего образования» [Электронный ресурс] // СПС «Гарант»
2. Корпоративный университет [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://mbschool.ru/corporate_page.php?page=29

Рудакова О.В. УРОВЕНЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ НА ФОНЕ РОССИЙСКИХ И МИРОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ

Орловский государственный институт экономики и торговли

Основной задачей социально ориентированной экономики, создание которой провозглашено у нас в стране, является достижение высокого уровня жизни человека. Под уровнем жизни понимается, чаще всего, обеспеченность населения необходимыми для жизни материальными и духовными благами. Особое место среди статистических показателей, определяющих уровень жизни населения, занимают доходы, являющиеся мерой того, насколько личность, семья может удовлетворить свои потребности. Реформы 90-х годов резко (по официальным данным более чем вдвое) понизили дореформенный уровень жизни, явно ухудшили или осложнили важнейшие условия жизни, притом во всех сферах жизнедеятельности (в труде, быте, досуге, культуре, образовании и т.д.). Резко изменилась структура доходов, усилилась их дифференциация.

С началом экономических реформ резко сузилась сфера централизованного регулирования доходов населения. Все в большей степени доходы населения конкретной республики, края, области стали зависеть от деятельности государственных и частных предприятий, работающих на данной территории, а также от политики, проводимой местными властями в области цен, доходов и занятости. Усугубляется дифференциация в уровне жизни по субъектам Российской Федерации (республи-

кам, краям, областям), обусловленная в значительной степени процессом «суверенизации» территорий, а также различиями в уровне развития производительных сил, природных богатствах, экспортно-импортных возможностях.

Орловская область входит в Центральный федеральный округ. Экономическое положение регионов страны сегодня определяется унаследованной от СССР отраслевой структурой, соотношением конкурентоспособных и неконкурентоспособных отраслей. В этом отношении Орловщина не относится к числу благополучных областей, в которых есть ориентированные на экспорт производства (например, Липецкая и Белгородская – металлургия, Ярославская – нефтепереработка), не относится она и к числу регионов, сохраняющих черты депрессивности (таких как Ивановская, Костромская, Брянская). По большинству показателей Орловская область занимает в округе срединное положение. В области преобладают предприятия импортозамещения, при этом более динамично развивается пищевая промышленность, а машиностроение остается неконкурентоспособным. Благодаря близости к московской агломерации экономика региона растет достаточно динамично, создаются новые предприятия для обслуживания столичного рынка.

В качестве обобщающего индикатора уровня и качества жизни населения используется индекс развития человеческого потенциала. С 60-х гг. под эгидой ООН начали осуществляться различные программы развития мирового сообщества. Для их реализации была создана специализированная международная организация – Программа развития ООН (далее – ПРООН). С 1990 г. ПРООН выпускает ежегодные доклады о развитии человека. Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) определяет средний уровень достижений страны в области ожидаемой продолжительности жизни, уровня образования, реального валового внутреннего продукта на душу населения. Значение индекса колеблется в пределах от 0 до 1. ИРЧП ниже 0,5 говорит о низком уровне развития человеческого потенциала; выше 0,8 – о высоком уровне; если показатель колеблется от 0,5 до 0,8 – о среднем уровне. Представительство ПРООН в Российской Федерации открылось в 1997 г. Программы ПРООН реализуются как на федеральном уровне, так и в целом ряде регионов Российской Федерации. В рамках деятельности ПРООН в России составляются ежегодные доклады о развитии человеческого потенциала в нашей стране.

Ведущим показателем в структуре ИРЧП является валовой внутренний продукт, рассчитываемый на душу населения. В 1998 г. в России производство ВВП на душу населения по ППС равнялось 4,3 тыс. долл. Между тем этот показатель составлял в США – 31,5 тыс. долл., Канаде – 23,7 тыс. долл., Японии – 24,3 тыс. долл., Германии – 23,3 тыс. долл., Швеции – 20,8 тыс. долл., Португалии – 15,3 тыс. долл., Мексике – 8,7 тыс. долл., Таиланде – 6,5 тыс. долл. [5; С. 25]. Начало нового столетия ознаменовалось для страны выходом из затяжного социально-экономического кризиса. По данным последнего доклада ПРООН в 2005 г. ВВП на душу населения составил в мире в целом - 9543 долл., по странам ОЭСР – 29197 долл., в Люксембурге - 60228 долл., США - 41890 долл., Швеции - 32525 долл., Сингапуре - 29663 долл., Германии - 29461 долл., Чешской республике - 20538 долл., Венгрии - 17887 долл., Чили - 12027 долл., Российской Федерации - 10845 долл. [3,229-230]. Таким образом, ВВП на душу населения в РФ несколько превышает среднемировой показатель, но все еще очень далек от показателей развитых государств.

В конце 90-х гг. по величине валового регионального продукта (ВРП) на душу населения - важнейшему индикатору уровня жизни населения - Орловская область занимает 54 место в России (на первом месте – Тюменская область, на втором Москва, Липецкая область находится на 35 месте, Курская – на 40, Воронежская – на 49, Калужская – на 50, Брянская – на 62 месте) [6; С. 7]. В течение последних девяти лет в экономике Орловской области, как и по России в целом, наблюдается устой-

чивая тенденция макроэкономической стабилизации, фиксируется рост основного макроэкономического показателя – валового регионального продукта. По величине ВРП на душу населения Орловская область занимает срединное значение среди регионов России и ЦФО. В 2004 г. ВРП на душу населения составил в области 7144 долл. по ППС. Для сравнения, ВРП на душу населения составил в Липецкой – 13732 долл., Ярославской – 9857 долл., Белгородской – 8464 долл., Костромской – 6000 долл., Брянская – 4658 долл., Ивановской области – 3992 долл. [4; С. 124-135].

В мировой практике уровень и динамика здоровья населения ставятся на первое место среди всех прочих компонентов уровня жизни, поскольку рассматриваются как базисная потребность человека и главное условие его деятельности. Основным показателем здоровья человека являются средняя ожидаемая продолжительность жизни при рождении. По этому показателю наша страна отстает от наиболее передовых в этом отношении стран. В середине 90-х гг. ожидаемая продолжительность жизни в РФ составляла 64 г., в конце 90-х гг. и сегодня – 66 лет [7; С. 81]. В странах третьего мира этот показатель – 62 года, в развитых – 75 лет. Например, в Исландии она составляла 81,5 лет, в Японии – 83,2; в Канаде – 80,3; в Германии – 79,1; Эстонии – 71,2; Уругвае – 75,9; Кубе – 77,7; Румынии – 71,9; Эквадоре – 74,7 [3; С. 229-232]. Ожидаемая продолжительность жизни в Орловской области в 2004 г. составила 65 лет. Для сравнения: в Липецкой области – 65,7 лет, Ярославской – 63,8 года, Белгородской – 68,2 лет, Костромской – 62,6 года, Брянская и Ивановская – 64,2 года [4; С. 124-135]. Предельно-критическое значение продолжительности жизни населения – 70 лет. Снижение данного показателя говорит об ухудшении здоровья нации, интенсивной депопуляции и вымирании населения страны.

Еще одним компонентом ИРЧП является образованность населения. Если по первым двум индикаторам ИРЧП Россия существенно отстает от развитых стран, то по уровню образования мы можем сравниться со странами-лидерами. Уровень грамотности взрослого населения в России составляет 99,6 % и является одним из самых высоких в мире, среднее образование имеет 95 % населения. Для сравнения: данный показатель в Германии – стране с самым высоким уровнем образования в ЕС – 78 %, в Великобритании – 76 %, в Испании – 30 %, в Португалии – меньше 20 % [2,48]. Индекс уровня образованности в России составляет 0,956, в Исландии – 0,978, Японии – 0,946, Канаде – 0,991, Германии – 0,953, Румынии – 0,905, Эквадоре – 0,858 [3; С. 229-232]. Значение данного индекса в Орловской области составляет 0,924, Липецкой области – 0,894, Ярославской – 0,900, Белгородской – 0,904, Костромской – 0,888, Брянской – 0,898 и Ивановской – 0,913 [4; С. 124-135].

На протяжении 1992-1995 гг. значение ИРЧП непрерывно снижалось. Если в 1993 г. по ИРЧП Россия занимала 57-е место и находилась в группе стран с высоким уровнем развития, то в 1994 г. она передвинулась на 67-е место, попав в группу стран со средним уровнем развития, а в 1995 г. и 1998 г. занимала уже 72-е и 71-е место соответственно [1; С. 100]. Начало нового столетия ознаменовалось для страны выходом из затяжного социально-экономического кризиса. По данным последнего доклада ПРООН в 2005 г. среди 177 стран Россия находилась в группе с высоким уровнем развития человеческого потенциала и занимала 67 место (0,802). По ИРЧП нас по-прежнему опережают такие страны как Панама – 62 место (0,812), Белоруссия – 64 место (0,804), Мексика – 52 место (0,859), Уругвай – 46 место (0,852). По индексу развития человеческого потенциала среди регионов России Орловская область находится на 21 месте (значение ИРЧП - 0,768), уступая Липецкой области – 6 место (0,798), Белгородской – 9 место (0,788), Ярославской – 18 место (0,771) и далеко опережая Брянскую область – 60 место (0,732), Костромскую – 64 место (0,733), Ивановскую - 74 место (0,717) [7,124-135]. В таблице 1 приведен ИРЧП для 10 регионов лидеров и 5 регионов-аутсайдеров за 2004 г.

Индекс развития человеческого потенциала в избранных регионах России, 2004 г. [4; С. 124-135]

Место в России	Регионы	ВРП на душу населения, долл. по ППС	Ожидаемая продолжительность жизни, лет	Уровень грамотности, %	ИРЧП
	Российская Федерация	9 922	65,3	99,0	0,781
1	г. Москва	17091	70,8	99,8	0,873
2	Тюменская область	44 775	66,6	99,2	0,867
3	г. Санкт-Петербург	10 133	67,3	99,8	0,817
4	Республика Татарстан	12 325	67,7	99,0	0,812
5	Томская область	12 512	65,4	98,9	0,799
6	Липецкая область	13 732	65,7	98,4	0,798
7	Омская область	11 945	65,7	98,7	0,794
8	Республика Саха (Якутия)	11 680	64,2	99,0	0,790
9	Белгородская область	8 464	68,2	98,6	0,788
10	Самарская область	9 795	65,7	99,2	0,787
21	Орловская область	7 144	65,0	98,9	0,768
75	Ивановская область	3 992	62,4	99,3	0,717
76	Республика Алтай	4 494	61,1	98,3	0,712
77	Читинская область	5 532	59,3	98,8	0,709
78	Республика Ингушетия	1 360	75,9	96,2	0,687
79	Республика Тыва	3 125	56,5	99,1	0,668

Таким образом, в Орловской области, также как и в целом по России, нерешенными остаются такие проблемы социальной сферы, как высокая дифференциация населения по уровню доходов, низкая заработная плата у некоторых категорий работников, высокий уровень бедности. За годы реформирования выделилась группа богатых и даже супербогатых, образовалась значительная группа бедных.

Реформы в стране, ликвидируя запретные для общественного мышления темы, представили проблему дифференциации доходов населения как важнейшую. Идея социальной справедливости является первостепенной в сознании людей, и любая политическая структура не может не принимать ее во внимание при осуществлении своей деятельности и проведении разного рода преобразований. Усиление дифференциации во многом объясняется отсутствием эффективного механизма перераспределения доходов. Рыночное распределение доходов не гарантирует каждому человеку приемлемый уровень дохода. В этом состоит некая социальная несправедливость рынка. Государство, принимая на себя значительную долю ответственности за соблюдение неотъемлемого права человека на достойную жизнь, организует перераспределение доходов. Несмотря на достижения развитых стран в социально-экономической сфере, дифференциация доходов, ее масштабы и обоснованность по-прежнему представляют серьезную общественную проблему. Мировой опыт показывает, что в ряде случаев нарушения рыночного механизма, вызванные чрезмерно активным вмешательством государства в его функционирование, приводят к тому, что попытки улучшить положение одной части населения за счет другой приносили вред обеим. В то же время сокращение роли государства в регулировании доходов населения ведет к росту дифференциации доходов, социальной напряженности, обострению социальных конфликтов и в итоге - к падению производства, снижению его эффективности. Низкий уровень доходов населения - очень сложная проблема, требующая безотлагательного реше-

ния. Для этого требуется создать действенную систему стимулов к труду и реформировать сам механизм распределения и перераспределения доходов.

1. Валентей С., Нестеров Л. Человеческий потенциал: новые измерители и новые ориентиры // Вопросы экономики. 1999. № 2. С. 98-103.
2. Громов, А. Не ниже среднего // Эксперт. 2005. № 19 (23-29 мая). С. 48-49.
3. Доклад о развитии человека 2007/2008. Борьба с изменениями климата: человеческая солидарность в разделенном мире / Пер. с англ. М.: Изд-во «Весь мир», 2007. 400 с.
4. Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2006/2007 гг. / Под общ. ред. С.Н. Бобылева, А.Л. Александровой. М.: Весь мир, 2007. 144 с.
5. Жуковская В.М., Трофимова И.Н., Чертко Н.Т. Конкурентоспособность России в оценках Всемирного экономического форума // Вопросы статистики. 2001. № 3. С. 21-29.
6. О доходах и потреблении населения Орловской области: Стат. сб. / Орелоблкомстат. Орел, 2000. 42 с.
7. Социальное положение и уровень жизни населения России. 2006: Стат. сб. / Росстат. М., 2006. 493 с.

Маслова О.Л., Кирсанова Л.Н. ОСНОВНЫЕ СИСТЕМНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

Орловский государственный институт экономики и торговли

Для понимания существа процессов, происходящих на потребительском рынке в период перехода страны к рыночным принципам и методам хозяйствования, важно определить, какие системные изменения сопровождают их в сфере обращения, то есть на потребительском рынке. Потребительский рынок – это та сфера, где как в фокусе отражаются изменения, происходящие в реальном секторе экономики, во всех фазах воспроизводственного процесса. Он испытывает на себе огромное воздействие происходящих в обществе не только экономических, но и социально-политических, морально-нравственных и психологических изменений.

Естественно, что в изменившихся общеэкономических условиях происходит переосмысление ранее сложившихся стереотипов потребительского поведения как на макроуровне, так и на микроуровне. Поэтому, рассматривая происходящие в условиях перехода к рыночным отношениям процессы формирования потребительского рынка, нельзя не учитывать общую социально-экономическую ситуацию, сложившуюся в России, которая в недавнем прошлом характеризовалась экономическим кризисом. Его содержание – это последствия развала планово-распределительной системы. Российская торговля конца 80-х гг. XX в. представляла собой уникальную, не имеющую аналогов в мировой практике, монопольную распределительную систему государства, в руках которого находилась почти вся производимая в стране товарная масса; вся деятельность торговли была поставлена в жесткие рамки государственного управления.

Командно-административной системе были присущи такие черты, как дефицит на потребительском рынке, объемная и структурная сбалансированность, относительная замкнутость, экономическая оторванность от внешних рынков. Чтобы как-то преодолеть недостаток товаров, государство использовало различные формы лимитирования: снабжение населения по карточной системе, целевая продажа товаров для отдельных групп населения, городов и т. д. Когда не удавалось преодолеть дисбаланс между спросом и предложением на основе естественных условий развития экономики, в централизованном порядке применялось изменение розничных цен в масштабе всей страны. Все это сопровождалось товарно-денежным несоответствием, что сказывалось на уровне эффективности производства и, в конечном счете, на развитии потребительского рынка. В результате страдали конечные потребители товаров, которым приходилось привыкать к дефициту и товарам низкого качества.

Время выявило несостоятельность монополии государственной торговли по осуществлению эффективной торгово-закупочной деятельности, создавать реальные стимулы для производителя. Выход страны из кризиса и экономический рост, как экономическая цель страны, потребовали перемен в реальном секторе экономики и в сфере обращения. Предпринятые в 1992 г. меры положили начало радикальной экономической реформе в России, призванной обеспечить переход от централизованной планово-распределительной экономики к рыночной и создать основу для развития страны в будущем. Однако преобразования, осуществляемые в российской экономике в 1992-2003 гг., привели как к позитивным, так и к негативным системным изменениям на потребительском рынке.

Среди позитивных системных изменений, на наш взгляд, можно выделить следующие:

1) устранена государственная монополия на потребительском рынке и сформирована многоукладная система торговли, представленная предприятиями различных форм собственности и хозяйствования при господстве частного сектора торговли, что усилило конкурентную среду – основной механизм функционирования экономики. Так ещё в 2004 г. доля негосударственного сектора в объеме розничного товарооборота достигла 96 %, а доля государственного сектора сократилась на 52 % (с 56 % в 1992 г. до 4 %).

2) создана разветвленная инфраструктура в торговой сфере, обслуживающая взаимоотношения его агентов, способствующая движению товаров к потребителю, ускорению товарооборота, поддержанию конкуренции, повышению качества и культуры обслуживания населения и, в конечном счете, ведущая к снижению издержек обращения.

В Российской Федерации в целом и во многих ее регионах значительно увеличилось количество малых, средних и крупных торговых организаций, а также оптово-розничных, производственно-торговых, торгово-банковских, транспортных и других объединений. Особо следует подчеркнуть развитие оптовой торговли, так как в инфраструктуре потребительского рынка ей принадлежит особая важная роль. Преобразуя производственный ассортимент в торговый, выступая на рынке в качестве посредника между промышленностью и розничной торговлей, оптовые предприятия и организации способствуют гармонизации единого потребительского рынка страны.

3) ликвидирован характерный для советского периода дефицит товаров, резко возросла насыщенность рынка потребительскими товарами и услугами, что оживило функционирование потребительского рынка, способствовало удовлетворению потребностей населения в благах и услугах, снизило социальную напряженность в обществе. Насыщенность рынка – это степень обеспеченности потребителей товарами. Оценка органами государственной статистики степени насыщения потребительского рынка в России свидетельствует о положительных сдвигах в этом направлении за период экономических реформ. Особенно заметно ситуация на потребительском рынке в плане насыщения товарами стала улучшаться с осени 1995 г.

4) позитивные сдвиги наметились и в структуре предложения потребительских товаров и услуг характеризующиеся более быстрым развитием сферы услуг и, соответственно, увеличением их объема и удельного веса на исследуемом рынке.

В структуре производства ВВП за годы рыночных реформ наблюдалась устойчивая тенденция снижения доли производства товаров и увеличение доли услуг. Так, доля производства товаров снизилась с 78,7 % в 1995г. до 74,6 % в 2004 г., соответственно увеличилась доля услуг с 21,3 % до 25,4 %. На протяжении всего периода рыночных реформ довольно активно развивается сфера услуг. Среди них в последние годы наиболее распространенными на отечественном потребительском рынке являются услуги жилищно-коммунальные, транспортные, бытовые, образовательные и лечебные.

5) позитивным моментом, определяющим изменения на потребительском рынке, стала либерализация во внешней торговле, что способствовало значительному расширению импорта товаров, насыщению рынка более качественными товарами. Импорт интенсивно захватывает потребительский рынок России. Однако этот процесс имеет не только положительное значение для экономики страны. Импортируемые товары всегда составляют конкуренцию отечественным товаропроизводителям, спо

способствуя снижению затрат и повышению качества изделий. Более конкурентоспособные зарубежные потребительские товары ведут к сокращению производства аналогичных товаров на отечественных предприятиях.

Нельзя не обратить внимания и на то, что в последнее время на отечественный потребительский рынок все чаще поступают товары низкого качества. Отсюда следует, что свободный потребительский рынок нуждается в определенном контроле со стороны государства.

б) произошли сдвиги в менталитете населения в пользу признания общественной ценности предпринимательской активности, свободы предпринимательства и свободы выбора как неотъемлемых атрибутов и стимулирующего механизма потребительского рынка.

Несомненно, страна продвигается по пути рыночной трансформации, как следует из вышеизложенного, но радикальные сдвиги, происходящие на потребительском рынке России, не всегда носят позитивный характер. На современном потребительском рынке все еще сохраняются черты доперестроечной экономики, противоречащие рыночным стимуляторам и механизмам. Но и сами нецивилизованные рыночные отношения несут немало отрицательных явлений на потребительский рынок и в потребительское производство. В качестве негативных изменений на потребительском рынке можно отметить следующие:

1) вследствие глубокого длительного кризиса отраслей жизнеобеспечения населения (легкая, пищевая промышленность и т. д.), сохраняются неустойчивость предложения потребительских товаров, ассортиментная деформация, структурный кризис, свидетельствующие о низком уровне развития данной сферы. Начавшийся в 1990 г. спад производства вначале носил структурный характер, более быстро уменьшалось производство в отраслях жизнеобеспечения. В 1992 г. этот спад, усиливающийся кризисом денежной наличности и взаиморасчетов, стал всеобщим. Резко усилилось физическое и моральное старение производственного оборудования.

Тяжелая ситуация сложилась в сельском хозяйстве. С 1991 г. здесь наблюдался постоянный спад. Это обусловлено ослаблением сложившихся связей, ухудшением материально-технического снабжения, многократным ростом цен на сельхозтехнику, горючее, минеральные удобрения и т.д.

Кризисная ситуация сложилась и в продовольственном комплексе. В период 1990-2000 гг. произошел спад производства мяса с 6484 до 1113 тыс. т., животного масла – с 1075 до 1052 тыс. т., колбасных изделий – с 2283 до 948 тыс. т., хлеба и хлебобулочных изделий – с 18,2 до 9,0 млн. т. Данные тенденции негативно влияют на динамику конечного спроса и на сбалансированность потребительского рынка.

2) ввиду непродуманной модели реформ, допускаемых ошибок в экономической политике правительства, неуправляемая всеобъемлющая либерализация в сфере торговли породила недопустимый беспредельный рост цен, неподкрепленный ростом товарной массы и соответствующим увеличением реальных доходов населения и привела к обвальному падению уровня жизни преобладающей части россиян, к снижению их покупательского спроса – главного двигателя экономики. А коммерциализация отраслей социальной сферы нанесла огромный урон не только экономическому, но и духовному потенциалу общества.

3) сокращение денежных доходов, их дифференциация в сочетании с раскручиванием инфляции привели к сокращению объема и ухудшению структуры розничного товарооборота (увеличилась доля оборота по продаже товаров первой необходимости), повышению конечной цены товара в результате многократной перепродажи.

4) трансформация потребительского рынка сопровождается такими антиобщественными явлениями, как коррупция и криминализация хозяйственной жизни, угрожающими своей сутью и масштабами распространения. Рынок в значительной степени оказался в руках теневиков и криминальных структур, незаконное предпринимательство, торговля фальсифицированными товарами, обман потребителей, а также мошенничество приобрели распространенный и изощренный характер. Прак-

тика показывает, что жертвами мошенников обычно становятся потребители товаров и услуг, имеющие весьма ограниченные доходы.

Проведенный анализ состояния потребительского рынка позволяет сделать вывод о продолжающейся нестабильности последнего, неблагоприятной конъюнктуре (диспропорциональность рынка, неблагоприятные изменения спроса, резкие колебания цен и т.п.). Диспропорции, деформации отдельных составных частей потребительского рынка ведут к кризисным формам его развития, криминализации, делают рынок недостаточно эффективным. Чтобы нормализовать ситуацию на потребительском рынке, необходимо совершенствовать всю систему его инфраструктуры, повысить культуру взаимоотношений хозяйствующих субъектов и покупателей, для чего потребуются целенаправленные усилия со стороны государства. Иначе говоря, потребительскому рынку нужен свой новый «экономический порядок».

II. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Колмыкова Т.С.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КАПИТАЛОВЛОЖЕНИЙ В МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ

Курский государственный технический университет

Инвестиционная деятельность – это важнейший инструмент социально-экономической политики государства. С помощью грамотной инвестиционной политики решаются вопросы обеспечения национальной безопасности, развития конкурентоспособного производства, экономике задаются необходимые темпы развития, как следствие, население страны имеет возможности социальной адаптации к изменяющимся экономическим условиям.

Инвестиционная политика с такой точки зрения представляет собой важный инструментарий, используемый в целях преодоления сложившихся структурных диспропорций в современной национальной экономике.

Анализ показывает, что структура промышленного производства становится все более сырьевой. Если в 1990 г. на долю машиностроения приходилось почти 30 % продукции промышленности, то сегодня эта доля в два раза меньше. При этом доля сырьевых секторов, соответственно, увеличилась практически до 2/3 и стала доминирующей. Объемы производства в машиностроении в предреформенном 1990 г. были на 46 % выше, нежели в РФ в 2006 г. Таким образом, сохраняется практически пятидесятипроцентный спад важнейшей промышленной отрасли.

Анализ статистических данных динамики развития машиностроительного комплекса позволил выявить следующее: в 2007 г. рост производства машин и оборудования составил 119,3 % к 2006 г. При этом опережающими темпами развивалось производство механического оборудования (143,3 %), в том числе турбин гидравлических (189,1 %), компрессоров воздушных и газовых приводных (156,6 %), дизелей и дизельгенераторов (121 %), турбин газовых (119,7 %). Значительный рост выпуска гидравлических турбин обусловлен наступлением сроков отгрузки продукции по заключенным ранее договорам.

Опережающий рост выпуска достигнут также в производстве бульдозеров (150,6 %), тракторов на колесном ходу (134,7 %), кранов на автомобильном ходу (131,9 %), башенных (131 %) и мостовых электрических (132,1 %), экскаваторов (128,8 %), лифтов (123,1 %), машин кузнечно-прессовых (123,1 %), автогрейдеров (122,5 %), дробилок (131,1 %). Рост выпуска продукции строительно-дорожного машиностроения связан с увеличением объемов жилищного строительства, строительства и ремонта дорог и обусловлен выделением бюджетных средств на данные цели. Увеличение выпуска продукции сельскохозяйственного машиностроения во многом обусловлено реализацией приоритетного национального проекта «Развитие агропромышленного комплекса». При этом производство сеялок тракторных возросло на 41,8 %, плугов тракторных - на 30,4 %, культиваторов тракторных - на 22,2 %.

Производство тракторов возросло, в среднем, на 23,8 % и составило 13,5 тыс. штук. Наибольший прирост выпуска тракторов обеспечили: ОАО «Липецкий трактор», ООО «Челябинский тракторный завод - «Уралтрак», ЗАО «Петербургский тракторный завод».

Следует отметить рост производства станков (на 14 %). При этом опережающими темпами росло производство кузнечно-прессовых машин (на 23,1 %), электросварочного оборудования (на 20,3 %), металлорежущих станков с числовым программным управлением (на 17,6 %), рам лесопильных (на 16,7 %).

В 2007 г. рост производства электрооборудования, электронного и оптического оборудования составил 112,8 % (к 2006 г.) при опережающем развитии производства офисного оборудования и вычислительной техники (143,2 %), аппаратуры для радио, телевидения и связи (131,4 %).

Рост производства аппаратуры низковольтной электрической составил 133,9 %, счетчиков электрических трехфазных - 122,8 %, силовых трансформаторов - 121,7 %, аппаратуры высоковольтной электрической - 117,1 % (в действующих ценах), электромашин крупных - 113,5 %.

Рост производства электрических машин и электрооборудования обусловлен расширением спроса внутреннего рынка, в том числе со стороны строительных предприятий и организаций жилищно-коммунального хозяйства (рост производства счетчиков электрических).

В 2007 г. рост производства транспортных средств и оборудования составил 115,9 % (к 2006 г.). При этом производство судов, летательных и космических аппаратов и прочих транспортных средств возросло на 16,3 %, производство автомобилей, прицепов и полуприцепов – на 15,4 %.

Опережающими темпами увеличивался выпуск грузовых автомобилей (116,4 % к 2006 г.), легковых автомобилей с мощностью двигателя свыше 90 л.с. (в 1,9 раза), автобусов с дизельными двигателями (152,8 %), прицепов и полуприцепов тракторных (168,9 %) и к грузовым автомобилям (139,4 %), троллейбусов (121,5 %), тепловозов магистральных (135,6 %), тепловозов маневровых и промышленных широкой колеи (120,6 %); вагонов пассажирских (117,1 %), машин для строительства и планового ремонта путей (в 1,5 раза).

Рост машиностроительного производства во многом обусловлен интенсивным развертыванием сборочных производств легковых автомобилей; увеличением заказов на машиностроительную продукцию в рамках реализации национальных проектов, а также ростом объемов поставок на экспорт некоторых видов машиностроительной продукции.

Увеличение производства продукции транспортного машиностроения обусловлено ростом спроса ОАО «РЖД» и независимых перевозчиков на подвижной состав для сети железных дорог в результате роста емкости внутреннего рынка пассажирских и грузовых перевозок, а также расширением закупок для обновления оборудования вследствие критического износа отечественного парка железнодорожной техники.

Вместе с тем в 2007 году снизилось производство аккумуляторов и аккумуляторных батарей свинцовых автомобильных (на 14,7 %), металлорежущих станков (на 2,5 %), электродвигателей переменного тока с высотой оси вращения 63-355 мм (на 1,8 %), автобусов (на 0,8 %), что обусловлено, в основном, «сжатием» соответствующих секторов внутреннего рынка при расширении спроса на импортные аналоги.

В январе-сентябре 2007 г. сальдированная прибыль машиностроительного комплекса составила 111,1 млрд. руб. При этом в производстве машин и оборудования прибыль составила 31,1 млрд. руб. (135,5 % к январю-сентябрю 2006 года), производстве электрооборудования, электронного и оптического оборудования – 31,7 млрд.руб. (154,2 %), в производстве транспортных средств и оборудования – 48,4 млрд. руб. (163,7 %).

Доля убыточных предприятий и организаций в общем количестве предприятий и организаций в производстве машин и оборудования составила 23,1 % (24,8 % - в 2006 г.), производстве электрооборудования, электронного и оптического оборудования – 22,5 % (23,8 %), производстве транспортных средств и оборудования – 27,3 % (28 %).

Среднемесячная начисленная заработная плата (по полному кругу организаций) за январь-ноябрь 2007 г. в производстве машин и оборудования составила 13514 руб. (134,8 % к соответствующему периоду 2006 г.), в производстве электрооборудования, электронного и оптического оборудования – 12688 руб. (130,3 %), в производстве транспортных средств и оборудования – 13658 руб. (124,1 %).

В январе-ноябре 2007 г. среднесписочная численность (по полному кругу предприятий) работников машиностроительного комплекса составила 3,2 млн. человек. При этом в производстве машин

и оборудования численность составила 1,2 млн. чел. (104,2 % к январю-ноябрю 2006 г.), в производстве электрооборудования, электронного и оптического оборудования – 0,9 млн. чел. (103,3 %), в производстве транспортных средств и оборудования – 1,1 млн. чел. (100,6 %)

Экспорт машиностроительной продукции за 11 месяцев 2007 года составил 17 млрд. долл. или 119,9 % к соответствующему периоду 2006 г. При этом экспорт в страны дальнего зарубежья составил 8,4 млрд. долл. (111,7 %), в страны СНГ – 8,6 млрд. долл. (129,2 %).

В январе-ноябре 2007 г. импорт машин и оборудования составил 89,7 млрд. долл. (157,6 % к январю-ноябрю 2006 г.), в том числе из стран дальнего зарубежья – 81,2 млрд. долл. (158,6 %), из стран СНГ – 8,5 млрд. долл. (148,9 %). Отрицательное сальдо внешнеторговых операций увеличилось с 42,7 млрд. долл. до 72,7 млрд. долл.

Сегодня предприятия российского машиностроения могут осуществлять производство конкурентоспособной продукции только для сравнительно узких сегментов рынка. На мировом рынке могут конкурировать в соответствующих сегментах не более 50 российских компаний.

Основными причинами такого положения являются:

- сырьевая направленность производственных стратегий машиностроения;
- моральный и физический износ основных фондов предприятий, достигший критической отметки;
- технологическое отставание России от передовых стран, в первую очередь, в станкостроительной сфере;
- многолетнее отсутствие системной промышленной политики и, как следствие, несовершенство законодательно-нормативной базы развития отрасли;
- утрата рядом промышленных предприятий кредитной и инвестиционной привлекательности;
- неурегулированность вопроса о правах собственности и статусе земельных участков под промышленными объектами;
- отсутствие приведенных к международным требованиям стандартов выпускаемой продукции;
- снижение ликвидности предприятий, в результате постепенного обесценивания капитала в структуре финансовых балансов;
- отток квалифицированных специалистов из сферы промышленного производства и научно-технической деятельности.

Поэтому основная цель развития машиностроительного комплекса — полное удовлетворение внутреннего спроса на высококачественную машиностроительную продукцию и расширение присутствия на внешних рынках. Это может быть осуществлено только на основе преобразования машиностроения в конкурентоспособный, высокотехнологичный и восприимчивый к инновациям производственный комплекс, интегрированный в систему международного разделения труда.

Вместе с тем, в России существуют необходимые условия для развития машиностроительной отрасли. Это, прежде всего, собственные энергетическая и сырьевая база, развитая коммуникационная сеть, научный, интеллектуальный, кадровый, производственный и иные потенциалы. Несмотря на все экономические трудности и проблемы, российское машиностроение по экспорту занимает в России второе место после топливно-энергетического комплекса. Разработаны и начали осуществляться Федеральные целевые программы «Национальная технологическая база на 2007-2011 гг.» и «Развитие инфраструктуры наноиндустрии в Российской Федерации на 2008-2010 гг.» и др.

Следует отметить, что решение задач по развитию машиностроения возможно только на комплексной основе, в результате скоординированных целевых и адресных действий законодательной и исполнительной власти всех уровней, машиностроительных предприятий, научных и образовательных учреждений, всего делового сообщества и общественных организаций по следующим направлениям:

- внедрение передовых технологий и оборудования, подъем технического уровня и эффективности производства;
- внедрение передовых методов и систем управления на базе передовых информационных технологий;

- активное развитие инновационной деятельности;
- привлечение долгосрочных инвестиций с использованием системы государственных гарантий, целенаправленного регулирования денежного обращения и т.д.;
- реструктуризация и оптимизация производственных мощностей;
- воссоздание системы подготовки и переподготовки высококвалифицированных кадров;
- использование мирового опыта в области управления и интеграция в международную экономическую систему, внедрение международных стандартов качества;
- продвижение конкурентоспособной продукции на внутреннем и внешнем рынках;
- развитие экспортного потенциала отечественного машиностроения, защита внутреннего рынка от недобросовестной конкуренции из-за рубежа;
- создание необходимых условий для улучшения экономической деятельности предприятий, работающих в сфере НИОКР и др.

Бурцева М.Н.

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ОСНОВЕ ИНТЕГРАЦИИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭФФЕКТА СИНЕРГИИ

Орловский государственный институт экономики и торговли

Факторами, определяющими характер инновационных стратегий в промышленности, являются наукоемкость продукции, доля рынка, научно-технический потенциал, структура продукции по стадиям жизненного цикла и др. Ресурсы, которыми располагает орган инновационного управления: научные и инженерно-технические кадры, денежные средства, выделенные на цели научно-технического развития, производственные и научно-технические фонды.

Инновационные стратегии при объединении промышленных предприятий должны быть представлены так, как показано на рисунке 1.

В групповой производственно-экономической системе выделяется две группы стратегий — стратегии НИОКР и стратегии внедрения. Каждая из групп состоит из комплексов частных стратегий.

Стратегия предконкурентной консолидации проводится групповыми производственно-экономическими системами на ранних стадиях НИОКР, когда необходимо временно объединить усилия по получению необходимых научных результатов. Эта стратегия может быть представлена субстратегиями льготного лицензирования и пропорционального доступа.

Субстратегия льготного лицензирования состоит в предоставлении участникам совместных НИОКР лицензий по льготным ценам. В данном случае патентовладельцем будет являться рассматриваемая система в целом, а предприятия-участники получают лицензии бесплатно (без уплаты роялти и паушальных платежей) или с выплатой платежей в пониженных размерах. Доступ к получению лицензий одинаков для всех предприятий — участников предконкурентной программы. Субстратегия пропорционального доступа предполагает соизмерение размера льгот и вклада предприятия в НИОКР.

В соответствии со стратегией централизации проведение НИОКР в группе осуществляется научно-технической организацией (или несколькими организациями), направления деятельности которых определяются органами управления групповых производственно-экономических систем в целом.

При использовании стратегии субцентрализации НИОКР в группе разделены по отдельным подотраслям, каждая из которых формирует свою стратегию научно-технического развития.

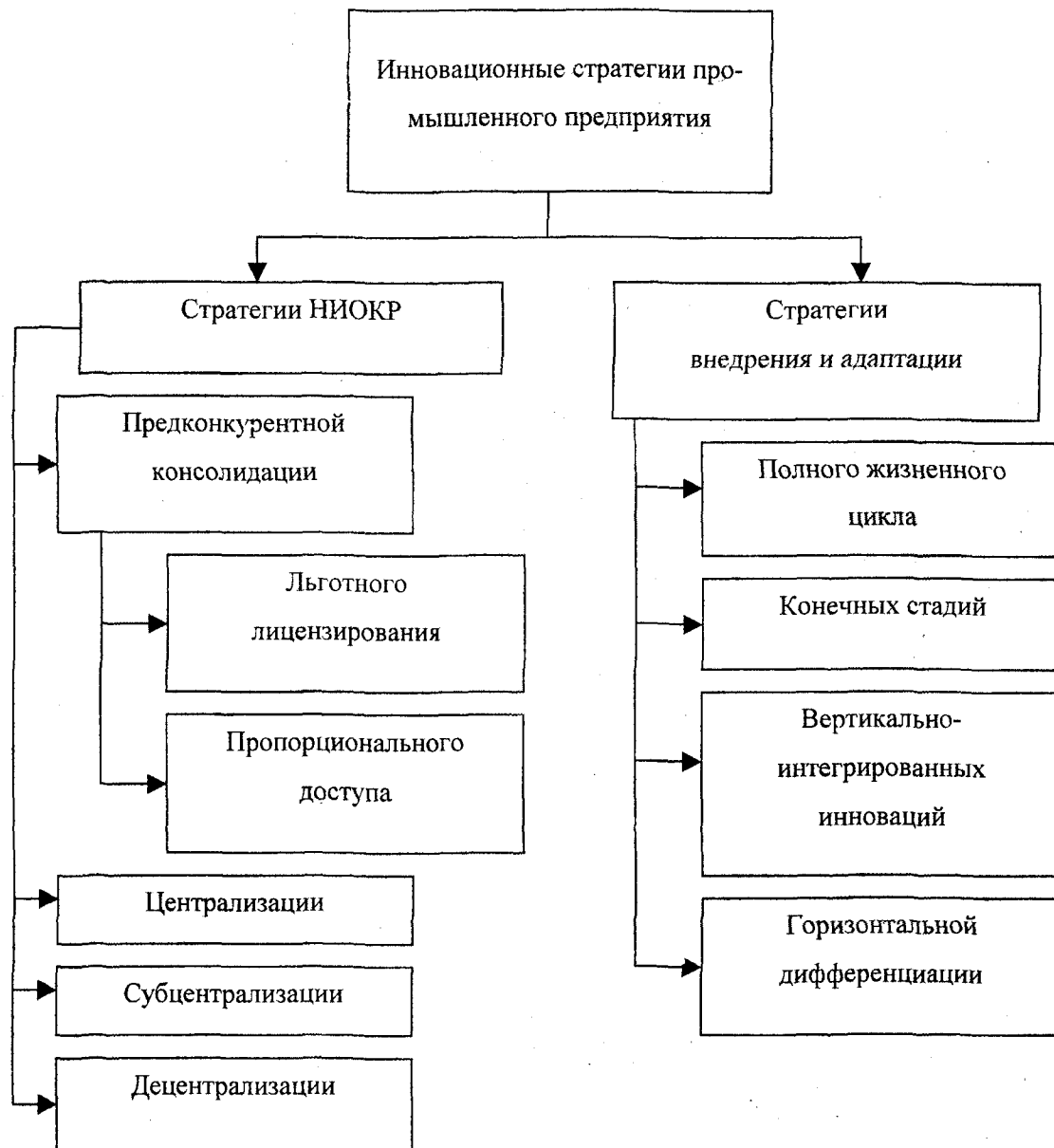


Рис. 1. Предлагаемые инновационные стратегии при объединении промышленных предприятий

При децентрализованной системе организации предприятия самостоятельно формируют стратегии азвития, организуют процессы исследований и разработок силами своих научно-технических подразделений или организаций, специализированных обособленных центров либо заказывая НИОКР на стороне.

Стратегия полного жизненного цикла нацеливает инновационную систему промышленных структур на выполнение исследований по всему жизненному циклу нововведения, т.е. в рамках тех структур осуществляются как НИОКР, так и их внедрение, диффузия, рутинизация.

В соответствии со стратегией конечных стадий групповые производственно-экономические системы ориентируются лишь на стадии внедрения и последующие стадии. НИОКР проводятся за ределами группы.

Руководствуясь стратегией вертикально-интегрированных инноваций, промышленные структуры строят свою инновационную систему таким образом, что предприятия группы дополняют друг друга в инновационном процессе. Причем данная система наиболее эффективно будет функционировать тогда, когда инновации предприятия, выпускающего конечный продукт группы, будут дополняться инновациями промежуточных и комплектующих продуктов. Данная стратегия должна сочетаться с централизованной и субцентрализованной стратегиями НИОКР.

Стратегия горизонтальной дифференциации предполагает, что предприятия групповой производственно-экономической системы внедряют изолированные нововведения.

Таким образом, может быть сформирована достаточно разветвленная система инновационных стратегий. Эта система учитывает различные варианты инновационной деятельности промышленного предприятия.

Можно выделить два основных направления, по которым теоретически возможно достижение синергии при слияниях предприятий:

1. Увеличение экономического веса компании и появление в этой связи новых возможностей:

- возможности получения более выгодных экономических предложений и условий в связи с новыми мощностями, объемом закупок и т.п.;

- возможности давления на рынок и его участников.

2. Более эффективное использование имеющихся ресурсов с помощью:

- эффекта масштабов;

- централизации и ликвидации дублирования;

- более эффективного использования капитала, персонала и информации;

- внедрения более эффективных методов управления;

- приобретения взаимодополняющих ресурсов;

- диверсификации.

На практике решение о слиянии в каждом конкретном случае должно быть подкреплено количественными расчетами, позволяющими сравнить различные варианты.

Суммарный ожидаемый синергетический эффект от сделки по слиянию/поглощению рассчитывается как дисконтированная во времени сумма эффектов $СЭ_t$ за вычетом величины уплаченной премии, непосредственных затрат на поглощение в начальный момент и издержек в течение post-merger фазы:

$$ССЭ = \frac{\sum_{t=1}^k OCЭ_t}{(1+k)^{t-1}} - ОИ \times \alpha_t \quad (1)$$

где $ССЭ$ — суммарный ожидаемый синергетический эффект от сделки по слиянию/поглощению;

$ОИ$ — общие издержки (величина чистой премии — премия минус реальная стоимость активов, — издержки на интеграцию, модернизацию и пр.);

n — горизонт планирования;

k — используемая ставка дисконта.

Если потенциал снижения издержек при выходе на оптимальный уровень производства (эффект масштаба) или рост величины скидок при увеличении объема заказов поддаются точной оценке, то, например, эффект от диверсификации или монопольного положения можно определить лишь приблизительно. Однако их оценка чрезвычайно важна для принятия правильного решения относительно общей выгоды слияния/поглощения.

Следует отметить, что одним из наиболее часто приводимых направлений синергии при проведении слияний является экономия на дорогостоящих работах по разработке и созданию новых видов продукции, а также на капиталовложениях в новую технологию. За ним следует возможность экономии от сокращения административных расходов на содержание чрезмерно большого управленческого аппарата. Сравнительно меньшее значение имеет экономия на масштабах производства (снижение текущих издержек производства), хотя и она существенна.

Все вышеперечисленные возможности направлены на достижение синергетического эффекта, в результате которого взаимодополнение различных ресурсов двух или более предприятий приводит к совокупному результату, превышающему сумму результатов действующих разрозненно компаний.

1. Гунин В.Н. и др. Управление инновациями. М.: ИНФРА-М. 2004. 272 с.

2. Медынский В.Г., Шаршукова Л.Г. Инновационное предпринимательство. М.: ИНФРА-М. 1997. 240 с.

3. Савельев С., Соколов В., Якимович А. Инновационная деятельность и венчурное инвестирование: региональные аспекты // Рынок Ценных Бумаг. 2002. № 23. С. 46.

4. Савчук С.В. Анализ результатов слияний и поглощений зарубежных компаний, причины неудач и способы уменьшения риска сделок // Менеджмент в России и за рубежом. 2003. № 1. С. 5–24.

Сапрыкина А.Е.

**ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОСТИ
В РАЗВИТИИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО МАШИНОСТРОЕНИЯ***Орловский государственный технический университет*

Переход к рыночным механизмам хозяйствования коренным образом изменил систему управления предприятием, поэтому на первое место выдвинулась проблема гибкости и адаптивности. В условиях современной российской действительности любое промышленное предприятие нуждается в организации такой гибкой системы управления, которая позволила бы быстро реагировать на изменение конъюнктуры рынка.

Гибкость предприятия – это способность предприятия получать необходимый результат, позволяющий ему без коренного изменения основных производственных фондов осваивать за определенные сроки закономерное количество изделий, которые могут быть востребованы рынком и в свою очередь позволяют в будущем периоде получить необходимый результат, обеспечивающий выживание и развитие предприятия.

Развернувшиеся процессы глобализации привели к обострению технологического соперничества с иностранными производителями. Отечественное машиностроение в подавляющем большинстве отстало от мировых тенденций, а устаревшая материально-техническая база и низкая инвестиционная активность в самом машиностроении выступают факторами, сдерживающими экономический рост.

Для отечественного машиностроения характерен в настоящее время относительно низкий уровень фондоотдачи, высокий уровень специализации, потребность в дорогостоящем высокотехнологичном оборудовании, потребность в высококвалифицированных инженерно-технических кадрах и кадрах рабочих специальностей, высокий уровень накладных расходов, и высокий уровень энергоемкости и металлоемкости, длительный производственный цикл и, как следствие, длительный период возвратности инвестиций.

Основной чертой нынешней российской экономики является ориентация на платежеспособный спрос. Рентабельность продаж – это наиболее чувствительный индикатор деятельности предприятия, реагирующий на изменение спроса. Граница системной несостоятельности отечественных машиностроительных предприятий близка к 20 % (по рентабельности продаж). Указанный уровень рентабельности был рассчитан В.Н. Самочкиным на базе данных о деятельности машиностроительных предприятий в период 1995-1996 гг. Самочкин получил рентабельность продаж – 11,9 %, а для обеспечения возможностей модернизации предприятий нормированный уровень рентабельности продаж к чистой прибыли должен составлять 26 %. Норма рентабельности продаж машиностроительной продукции в настоящее время колеблется от 9 % до 13 %.

Поэтому инвесторы и не заинтересованы вкладывать денежные средства в низкорентабельное промышленное производство, имеющее при этом и длительный период возвратности инвестиций.

О какой конкурентоспособности продукции машиностроения может идти речь, если при ее производстве неэффективно использовались все виды дорогостоящих ресурсов, так как она изготовлена на технически отсталом, устаревшем послевоенном станке? Общеизвестно, что с повышением конкурентоспособности продукции, связано применение лучшего сырья, ресурсосберегающих технологий. Что толку, если вокруг ветхого станка хлопочет целая армия работников, да еще и с избыточным количеством лучшего сырья, если объем производства ограничивается техническими возможностями применяемого оборудования. Какой смысл наращивать объем производства, вливая в него колоссальные затраты на сырье, если предприятие не располагает соответствующей коммерческой инфраструктурой для реализации готовой продукции?

Смена поколений техники в развитых странах происходит примерно раз в десятилетие. Официальные статистические данные службы государственной статистики по Орловской области свидетельствуют об износе активной части основных средств, которые находятся в эксплуатации более 20 лет. Темпы обновления научно – технической базы в машиностроении – не более 5 % в год, а в физическом – не превышает 2,5 %, что в среднем в 2-4 раза ниже, чем средние показатели по промышленности.

В настоящее время темп обновления оборудования по отраслям машиностроения составляет примерно 2 % в год, тогда как при плановой экономике темп обновления был установлен в 10 % за год от стоимости всего оборудования. Перспективой роста машиностроительного производства является развитие с темпом роста не ниже 10 % в год. Однако, чтобы выйти на такие темпы, необходимо решить проблему инвестирования. Недостаток инвестиций для российского машиностроения является одной из основных и сложных проблем.

Покупать оборудование за собственные средства имеет смысл только при наличии достаточной неиспользованной прибыли прошлых лет и при условии льготного налогообложения прибыли, расходуемой на приобретение имущества. Решение этой проблемы может быть разрешено только лишь с помощью государственной поддержки, так как в масштабах России потребуются миллионы долларов инвестиций для модернизации и замены оборудования. Российское машиностроение обязательно нуждается в поддержке государства. И выражаться она должна в индивидуальном подходе в области налогообложения для предприятий отрасли, отмене жестких сроков внесения авансовых платежей по налогам и внебюджетным платежам. Кроме того, необходимо не формально, а реально поддерживать предприятия, реализующие продукцию на экспорт.

В настоящее время уровень налогов и сборов, а также внебюджетных платежей в машиностроении России в среднем выше, чем на предприятиях других отраслей. Это связано в первую очередь с тем, что производство в отрасли требует больших трудовых и материальных затрат - отсюда высокая численность работников предприятий и низкая рентабельность.

Этимология инвестиции изначально предполагает их некоторую привнесенность, перемещение средств и ресурсов от их источника к месту и моменту запуска нового вида деятельности и связано с получением положительного эффекта.

Резюмируя вышеизложенное, можно констатировать, что в масштабах России крайне сложно в короткие сроки решить проблему обновления изношенного парка оборудования. Нормального рынка инвестиций у нас в стране пока еще нет. «Длинных» денег не дает ни один банк, Сбербанк выделяет средства под определенные программы. Новое оборудование очень дорогое, особенно зарубежное, окупаемость его около 8-10 лет, а кредит можно получить не менее чем по 16 % годовых. Поэтому невозможно из-за нехватки финансовых ресурсов восстановить сразу на предприятии более 60 % изношенного оборудования.

Руководители предприятий, допускают стратегическую ошибку, принимая решение об инвестировании сначала одной группы изношенного оборудования, затем по мере поступления на предприятие денежных средств другой группы оборудования, поэтому получается бесконечное «латание дыр». По мнению автора настоящей статьи, альтернативным вариантом выхода из сложившейся ситуации на сегодняшний день является поэтапное инвестирование той группы оборудования, на которой осуществляется производство привлекательной для потребителя продукции. Таким образом, учитывая важность той или иной группы стратегической продукции, следует отказаться от выпуска другой продукции, даже если этому мешает неустранимая поломка оборудования или дорогостоящий ремонт, а сосредоточить внимание на финансирование расширения линии перспективного оборудования. Эта мера может позволить увеличить возможности экономического роста предприятия на основе замещение старых средств производств за счет производства перспективной продукции.

Учитывая крайнюю неоднородность структуры экономического состояния машиностроительных предприятий на первый план ставится задача для каждого отдельного предприятия выработать свою стратегию развития, создать гибкую производственную систему.

Если в СССР преобладало массовое производство товаров, то в настоящее время получили большее развитие в машиностроении единичное и мелкосерийные производства. Разнообразная номенклатура продукции делает единичное производство более мобильным и приспособленным к колебаниям спроса на готовую продукцию. А за счет расширенного ассортимента компенсируется недостаток спроса на одну продукцию другой, обеспечивая тем самым производственную программу и получение прибыли. Однако производственные мощности российских машиностроительных предприятий загружены на 50-70 %, и этот факт не всегда указывает на снижение спроса и простой оборудования.

Нехватка мощностей ограничивает выпуск продукции, так как универсальное оборудование позволяющее производить множество технологических операций, требует затрат технологического времени для переналадки. При этом коэффициент загрузки оборудования снижается. Поэтому уровень технологии любого производства оказывает решающее воздействие на его экономические показатели, старое оборудование и новые технологии - несовместимы.

В условиях единичного и мелкосерийного производств размещение производственного оборудования должно быть сгруппировано в одном месте от начала до конца технологического цикла. При такой организации требуется большего числа единиц оборудования какого-то одного типа, однако в целом размеры станочного парка уменьшаются, а решающим фактором будет резкое сокращение времени переналадки оборудования.

Переориентируя технологию производства предприятия определенным образом, можно снизить дефицит мощностей за счет разработки новых процессов, повышающих производительность, или новых продуктов с низкой добавленной стоимостью, либо, наоборот, обеспечить использование свободных мощностей путем разработки продуктов с высокой добавленной стоимостью.

Данилкин В.В., Артемова Е.Н.

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАЗНЫХ ВИДОВ ТРАНСПОРТА РОССИЙСКИМИ ТУРОПЕРАТОРАМИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ГРУППОВЫХ ЭКСКУРСИОННЫХ ТУРОВ В ГЕРМАНИЮ

Орловский государственный технический университет

На сегодняшний день Германия является одной из ведущих стран Европейского Союза по уровню развития туристской инфраструктуры. Современная Германия предлагает российским путешественникам богатейшую экскурсионную программу, а также высокий стандарт туристического обслуживания. Все эти составляющие делают ФРГ достаточно популярным направлением российского выездного турпотока. Неудивительно, что в ассортиментной структуре турпродуктов, предлагаемых российским туристам отечественными туроператорами, присутствуют в достаточном количестве туры, ориентированные на посещение Германии, причем как адресные, так и комбинированные с посещением других европейских стран.

При организации любого из вышеупомянутых типов тура ни одна туристическая фирма не может обойтись без использования транспорта. Именно транспортные средства позволяют туристам преодолевать за сравнительно короткие промежутки времени большие расстояния, достигать желанные туристические центры.

Современный уровень развития транспортных средств предоставляет туристским фирмам широкие возможности при формировании различных туров. При этом, однако, перед каждым туроператором возникает проблема выбора транспортного средства для каждого конкретного тура. Этот выбор должен носить осознанный характер, он должен соотноситься с целью путешествия, с потреби-

тельским поведением выбранного сегмента рынка, в целом, должен опираться на принципы маркетинга. Выбор используемого в турах транспорта может также служить одним из средств позиционирования туристической фирмы на рынке.

Исходя из вышесказанного, целью данного исследования явился процесс выбора российскими туроператорами транспортных средств при формировании ими туров в направлении Германии.

В ходе проведенного исследования туристических информационных ресурсов в сети Интернет [1-8] были определены основные отечественные туроператоры, осуществляющие формирование туров в направлении Германии и предлагающие их на российском туристическом рынке. К числу данных туроператоров принадлежат следующие туристские фирмы: «Astravel», «DSBW», «Кругозор», «Нева», «Русский Экспресс», «Старый город», «Туртранс-Вояж», «Чайка-Тур». Каждая из этих фирм предлагает широкий спектр туров в направлении Германии, однако, наиболее распространенным типом туров, представленным всеми обозначенными выше туроператорами, оказались групповые экскурсионные туры: установлено 225 групповых экскурсионных туров рассматриваемых туроператоров. Доля туров каждого туроператора в общей совокупности анализируемых туров представлена на рисунке 1.

Наибольшую долю (18 %) экскурсионных туров в анализируемой совокупности представляет фирма «Туртранс-Вояж», наименьшая доля (3 %) принадлежит компании «Нева».

Каждый из указанных туроператоров формирует свои туры исходя из включения в них стандартного набора услуг, среди которых особое место занимает транспортное обслуживание выезжающих за рубеж туристов.

При анализе групповых экскурсионных туров отечественных туроператоров в направлении Германии было выделено 5 комбинаций транспортных средств, а именно:

- «самолет + автобус»;
- «поезд + автобус»;
- «автобус + паром»;
- «поезд + паром + автобус»;
- «только автобус».

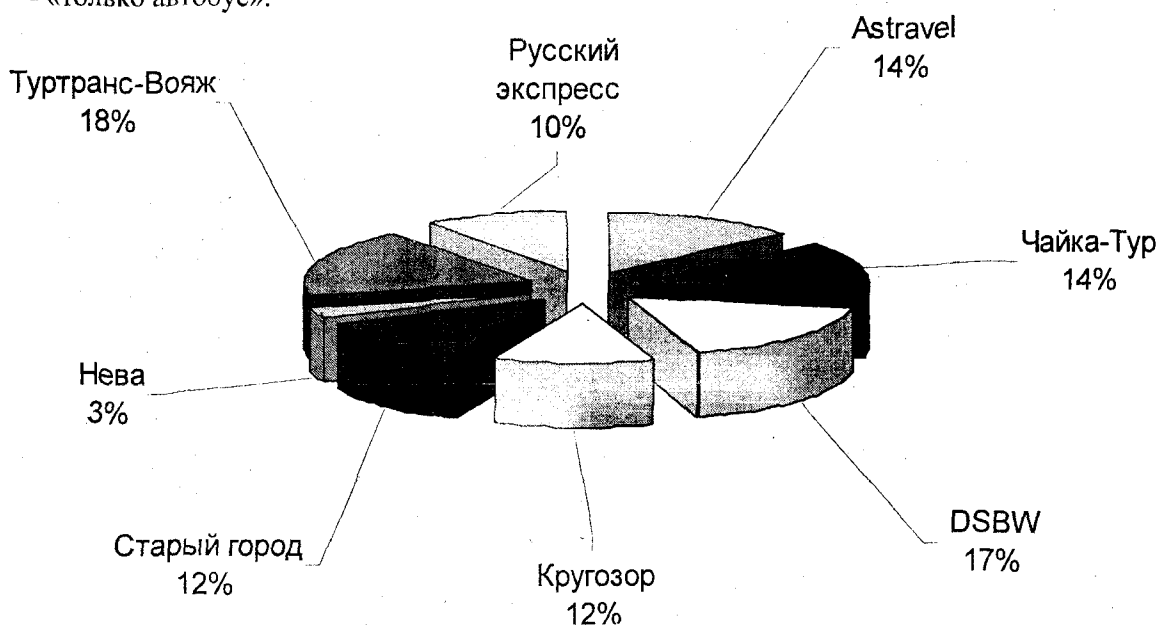


Рис. 1. Доля туров туроператоров, работающих в направлении Германии, в общей совокупности анализируемых туров

Следует отметить, что автобус используется туроператорами в нескольких качествах. Во-первых, автобус используется ими для организации экскурсионных трансферов исключительно на территории Германии и на территории европейских государств. Во-вторых, автобус используется ту-

роператорами в турах по Германии также в качестве основного транспортного средства, т.е. с его помощью осуществляется как доставка туристов из России на территорию Германии и других европейских государств, так и внутренние экскурсионные трансферы на территории этих государств.

Исходя из специфики использования автобусного транспорта российскими туроператорами является целесообразным выделить в отдельную комбинацию случаи его применения в качестве основного транспортного средства. Данной комбинации присвоено название «только автобус». Все же остальные указанные в комбинациях транспортные средства (самолет, поезд) используются туроператорами для доставки туристов с территории России на территорию Германии и других европейских государств. Выделенные комбинации транспортных средств были исследованы исходя из частоты их включения отечественными туроператорами в групповые экскурсионные туры по Германии.

Исходя из представленных на рисунке 2 данных, наиболее предпочтительными видами транспорта, используемыми отечественными туроператорами в турах по Германии является комбинация транспортных средств «самолет + автобус» (52 % всех представленных туров).

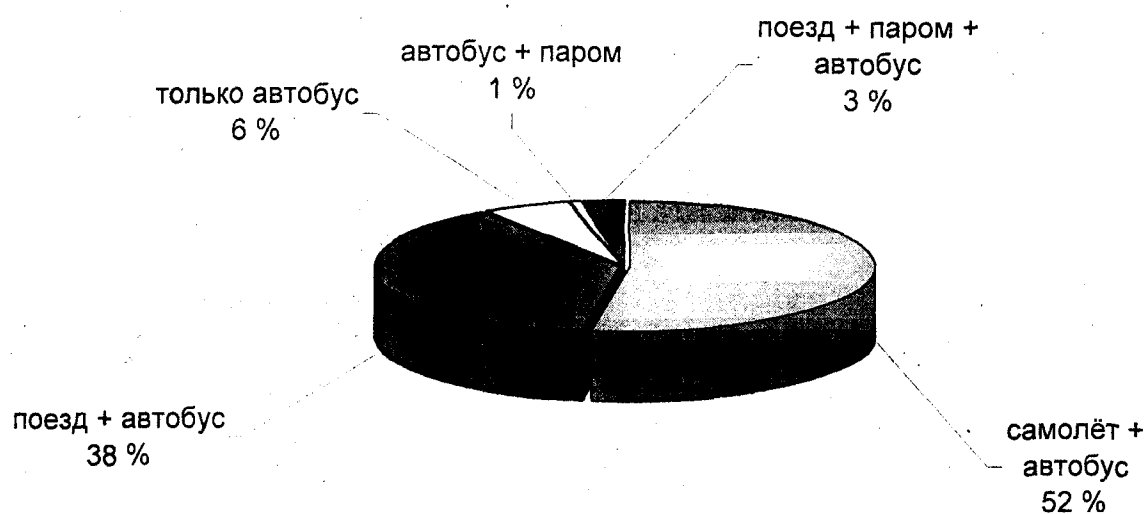


Рис. 2. Доля групповых экскурсионных туров по Германии с использованием различных комбинаций транспорта

Достаточно часто (38 %) в турах в направлении Германии используется железнодорожный транспорт в сочетании с автобусным транспортом (комбинация «поезд + автобус»). При этом 95 % туров, в которых используется железнодорожный транспорт предполагают доставку отечественных туристов в Брест, где затем осуществляется их пересадка на комфортабельные автобусы. В 4 % туров предполагается доставка туристов железнодорожным транспортом до Берлина, и лишь 1 % туров предполагает доставку туристов поездом до Варшавы. Указанные особенности использования железнодорожного транспорта представлены на рисунке 3.

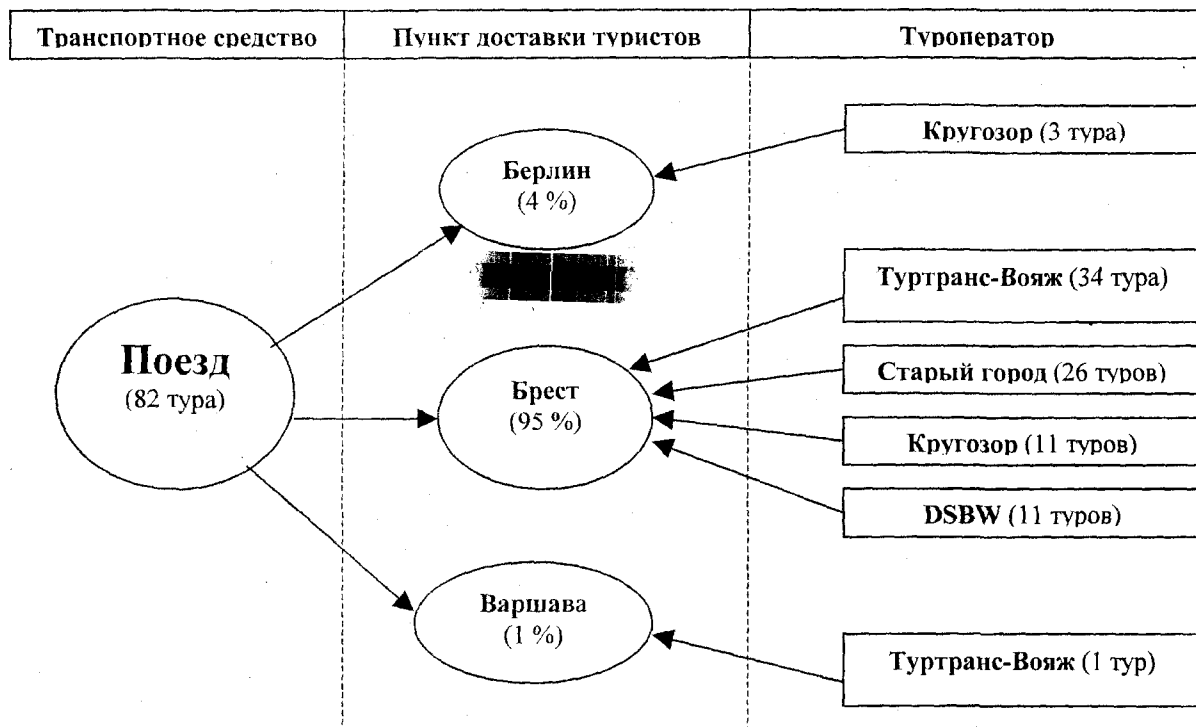


Рис. 3. Особенности использования железнодорожного транспорта российскими туроператорами в групповых экскурсионных турах по Германии

Менее популярным транспортным средством, используемым российскими туроператорами для доставки отечественных туристов в Германию является автобус. Лишь 6 % всех туров предполагает использование в этих целях только автобуса. Столь небольшой процент использования автобусов с целью доставки российских туристов в западноевропейские страны объясняется вполне объективными причинами: физическая утомляемость туристов от переездов на дальние расстояния по знакомым местам. При отсутствии явных внешних раздражителей (достопримечательности, незнакомые, необычные ландшафты) туристы будут склонны концентрировать свое внимание на собственном состоянии, что гораздо быстрее приведет их к утомляемости, которая, в свою очередь, может в некоторой степени подпортить впечатления от путешествия.

Совсем небольшой процент в анализируемой совокупности групповых экскурсионных турах принадлежит комбинациям таких транспортных средств как «автобус + паром» (1 %) и «поезд + паром + автобус» (3 %).

Для более детального анализа использования транспортных средств необходимо определить предпочтения в выборе комбинаций транспортных средств каждого конкретного туроператора. Результаты данного исследования представлены на рисунке 4.

Исходя из представленных на рисунке 4 данных, можно говорить о предпочтительном использовании некоторыми туроператорами определенных транспортных комбинаций. Так, например, в 100 % турах по Германии, формируемых туроператорами «Чайка-Тур», «Русский экспресс», «Astravel», используется исключительно комбинация «самолет + автобус».

На использование одной транспортной комбинации ориентирован также туроператор «Старый город», в 100 % турах которого встречается комбинация «поезд + автобус».

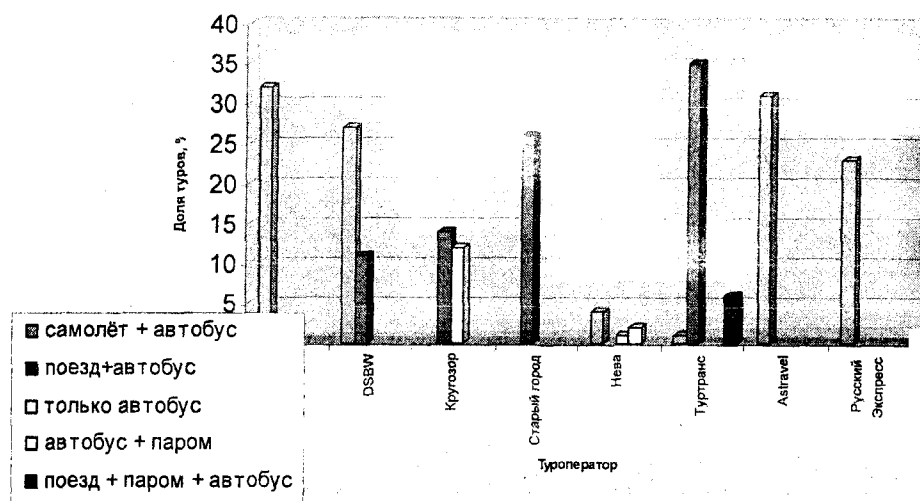


Рис.4. Доля туров с использованием различных транспортных комбинаций отдельными туроператорами

Достаточно большую долю туров (84 %) с использованием комбинации «поезд + автобус» имеет также туроператор «Туртранс-Вояж». Однако помимо указанной комбинации данная турфирма использует в своих турах также такие транспортные комбинации как «поезд + паром + автобус» (14 % туров), а также «самолет + автобус» (2 % туров).

Комбинация «поезд + автобус» встречается достаточно часто в турах «Кругозора» (54 %). Наряду с использованием указанной комбинации данный туроператор использует в 46 % своих турах в качестве основного транспортного средства автобус.

В меньшей степени комбинация «поезд + автобус» представлена в турах турфирмы «DSBW» (29 %). Гораздо чаще данный туроператор использует транспортную комбинацию «самолет + автобус» (71 % туров).

Турфирма «Нева» отдает предпочтение при выборе транспортных средств комбинациям «самолет + автобус» (57 %), «автобус + паром» (29 %), а также «только автобус» (4 %).

В результате проведенного исследования были выявлены особенности выбора российскими туроператорами транспортных комбинаций при формировании групповых экскурсионных туров в направлении Германии.

Наиболее часто российскими туроператорами в турах по Германии используются транспортные комбинации «самолет + автобус» (52 % всех представленных туров), а также «поезд + автобус» (38 %). Гораздо реже используются комбинации «только автобус» (6 %), «автобус + паром» (1 %) и «поезд + паром + автобус» (3 %). Это может быть связано с ориентацией турфирм на определенные сегменты туристского рынка.

Таким образом, предлагаемые схемы организации туризма призваны обеспечить согласование интересов всех взаимодействующих сторон:

- 1) потребителей (туристов);
- 2) туристских фирм в части повышения их доходов;
- 3) стран выезда и въезда в части увеличения налоговых доходов от туризма.

1. «Туртранс-Вояж» Официальный сайт туроператора [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.tourtrans.ru/>
2. «Старый город» Официальный сайт туроператора [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.oldcity.ru/>
3. «Astravel» [Официальный сайт туроператора Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.astravel.ru/>
4. «ДСБВ» Официальный сайт туроператора [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.dsbw.ru/>
5. «Нева» Официальный сайт туроператора [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.nevatravel.ru/>
6. «Кругозор» Официальный сайт туроператора [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.krugozor.ru/>
7. «Чайка-Тур» Официальный сайт туроператора [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.chaika.ru/>
8. «Русский экспресс» Официальный сайт туроператора [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.r-express.ru/>

Подрезов А.Н., Шуметов В.Г.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОТРАСЛЕВЫХ СТРУКТУРНЫХ СДВИГОВ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РЕЗУЛЬТАТЕ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Орловский государственный технический университет

В одной из предыдущих авторских публикаций [1] рассматривались методические подходы к оценке эффективности альтернативных инвестиционных проектов. Этой проблеме в российской экономической науке уделяется самое серьезное внимание, поскольку до настоящего времени отсутствуют методики количественной оценки эффективности инвестиционных проектов, учитывающие не только измеримые финансовые и экономические показатели, но и принципиально неизмеримые факторы, относящиеся к группам политических, потребительских, инфраструктурных, экологических, макроэкономических, кадровых, социальных и им подобным факторов. Отмечалась также сложность комплексной оценки эффективности инвестиционных проектов на различных уровнях хозяйствования. В цитированной публикации обосновано, что эффективным методом решения данной задачи является экспертно-аналитическое моделирование на базе экспертно-аналитической системы Expert Decide [2], апробированное в [1] на конкретном примере оценки эффективности альтернативных инвестиционных проектов.

В последующей публикации [3] рассматривались изменения в отраслевой структуре российской промышленности, выявлены методические проблемы измерения интенсивности структурных сдвигов, обусловленные их малой величиной. В частности, показано, что за первые четыре года экономической стабилизации – с 1999 г. по 2003 г. – коэффициент структурных различий составил всего 3,4 %, при этом 2,0 % пришлось на начальные два года этого периода (1999-2001 гг.), а в последующие два года скорость структурных сдвигов в российской промышленности снизилась. Это – факт, отражающий достаточно медленные процессы отраслевого реструктурирования промышленности в современной России.

Можно ожидать, что отраслевые структурные сдвиги в промышленности, не столь заметные в масштабах страны, будут ярче выражены в регионах. В работе [4] выполнена оценка структурных преобразований в регионах Центрального Федерального округа за период 1999-2001 гг., при этом выявлена значительная дифференциация регионов в отношении интенсивности структурных сдвигов. Так, если отраслевая структура промышленности Липецкой области за этот период практически не изменилась – коэффициент структурных отличий составил 2,9 %, то в Смоленской области за первые четыре года экономической стабилизации произошли более существенные изменения: заметно увеличился удельный вес электроэнергетики, машиностроения и металлообработки, причем коэффициент структурных отличий составил 6,6 %. Наибольшие изменения за эти годы произошли в отраслевой структуре промышленности Рязанской области: в три раза выросла доля топливной промышленности, снизился удельный вес электроэнергетики. Соответственно этим изменениям зафиксировано высокое значение коэффициента временных структурных отличий – 16,4 %.

Столь заметные сдвиги отраслевой структуры промышленности регионов, причем за сравнительно короткий срок, могут быть вызваны лишь реализацией крупных инвестиционных проектов. Возникает вопрос – как можно прогнозировать отраслевые структурные сдвиги? И какими должны быть масштабы инвестиционных проектов, чтобы эти сдвиги были заметны?

В данной работе сделана попытка ответить на эти вопросы.

Пути решения первого вопроса рассмотрим на следующем примере. По результатам многомерной группировки Орловская область, наряду с такими регионами Центральной России, как Брянская, Владимирская, Калужская, Московская и г. Москва, по показателям отраслевой структуры промыш-

ленности 1999-2003 гг. отнесены к одному кластеру III [5]. Это – кластер с преобладанием машиностроения и металлообработки, а также пищевой промышленности (рис. 1 а).

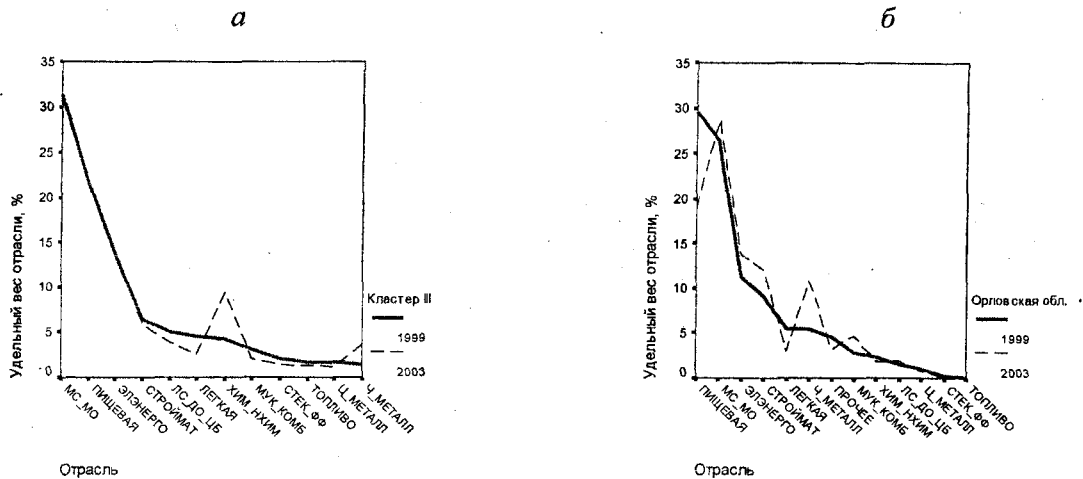


Рис. 1. Профили отраслевой структуры промышленности кластера III Центральной России: а – на начало 2000 г.; б – на начало 2004 г.

Как видно из представленных на рис. 1 а профилей, заметные изменения за эти годы претерпели три отрасли – увеличился удельный вес химической и нефтехимической промышленности, а также черной металлургии, уменьшился удельный вес легкой промышленности. Эти отраслевые структурные сдвиги в основном обусловлены некоторыми изменениями в составе кластера, поэтому обратимся к изменениям профилей отраслевой структуры конкретного представителя кластера III – Орловской области (рис. 1 б). Здесь можно говорить о заметных отраслевых структурных сдвигах: вдвое – с 5,4 до 10,8 % – повысился удельный вес черной металлургии, более чем наполовину – с 29,6 до 19 % – снизился удельный вес пищевой промышленности. Заметно снизился и без того низкий удельный вес легкой промышленности – с 5,4 до 3 %, но повысился удельный вес промышленности строительных материалов – если этот показатель составлял 9,1 %, то в 2003 г. – 12,1 %.

Из приведенных данных позитивными следует считать изменения в строительном комплексе Орловской области. Подъем черной металлургии вызван, скорее всего, восстановлением утраченного в предыдущие годы лидерства этой отрасли в регионе и по этой причине оценивается также позитивно, в то время как существенное снижение роли пищевой и легкой промышленности в Орловской области является негативной тенденцией.

Учитывая, что остальные отрасли региональной промышленной экономики Орловской области, представленные на рисунке 1, не претерпели существенных изменений, в дальнейшем будем рассматривать перечисленные выше отрасли, добавив к ним машиностроение как отрасль, приоритетную в промышленности региона. За основу при этом принимаем данные, опубликованные в официальном издании Федеральной службы государственной статистики по Орловской области [6] и представленные на рисунке 2 в виде динамики соотношения объемов производства пяти отраслей.

Из рисунка 2 следует, что только ряды динамики удельного веса пищевой промышленности и промышленности строительных материалов характеризуются относительно плавным трендом, а по другим отраслям на нарастающий (машиностроение и металлообработка, черная металлургия) и убывающий (легкая промышленность) тренды накладываются значительные колебания, вызванные различными факторами.

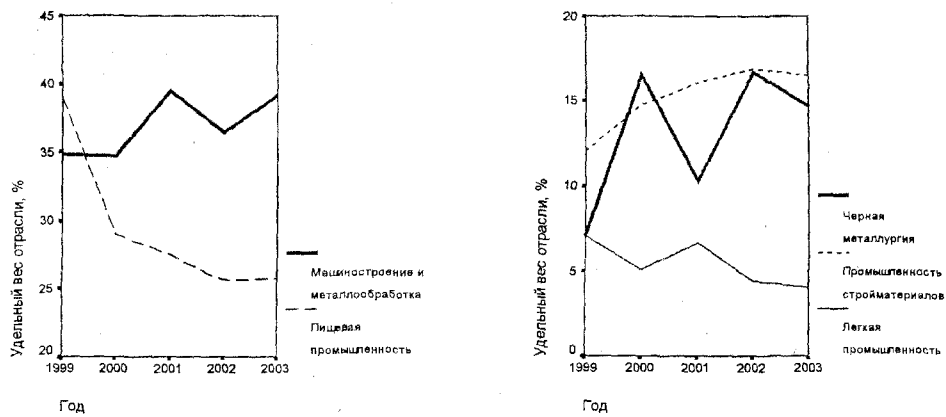


Рис. 2. Динамика развития некоторых отраслей промышленности Орловской области в 1999-2003 гг.

При прогнозировании по представленным на рис. 2 рядам традиционным методом экстраполяции мы сталкиваемся с той трудностью, что длина временных рядов мала (всего 5 уровней), соответственно, точность прогноза будет низкой. Действительно, для рядов динамики удельного веса пищевой промышленности и промышленности строительных материалов, характеризующихся относительно плавным трендом, 90 % доверительные интервалы прогноза на 2007 г. оказались очень широкими (рисунок 3), а для других рядов вообще не удалось получить адекватные аппроксимирующие модели.

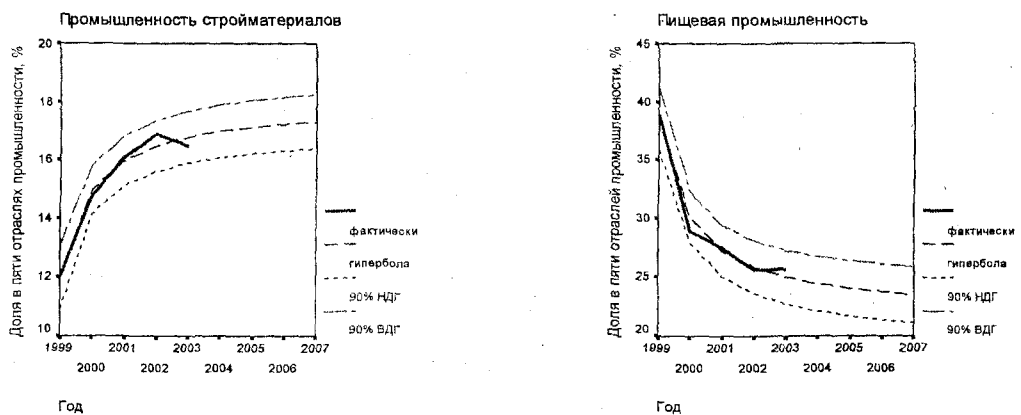


Рис. 3. Прогноз развития некоторых отраслей промышленности Орловской области на 2004-2007 гг.

Поскольку традиционно используемые методы прогнозирования путем экстраполяции выявленных тенденций не обеспечивают необходимого результата, нужно прибегать к иным принципам прогнозирования. Один из таких принципов построен на идее стабильности структуры косвенных темпов приростов социально-экономических показателей, под которыми понимаются отношения приростов каждого из них ко всем остальным [7]. Предполагается, что неизменность – свойство структуры, которое переносится из настоящего в будущее, при этом выдвигается гипотеза о специфическом характере структурного взаимодействия социально-экономических показателей: любое изменение произвольного показателя зависит от величины остальных.

Моделью, отвечающей данному принципу, является модель с детерминированным матричным предикатором [7]. Термин «детерминированный» отражает тот факт, что построению моделей должны предшествовать процедуры сглаживания, элиминирующие случайную составляющую. Такую мат-

ричную модель, в принципе, можно построить, располагая всего несколькими наблюдениями, характеризующими конкретный процесс.

Итак, на первом этапе моделирования необходимо «сгладить» имеющиеся данные. Используя для этой цели процедуру «*curve estimation*» пакета программ статистического анализа SPSS Base, получаем следующие сглаженные данные – таблица 1.

Таблица 1
Динамика показателей структуры промышленности Орловской области,
% к пяти отраслям (сглаженные данные)

Год	Отрасль промышленности			
	Черная металлургия	Промышленность стройматериалов	Легкая промышлен- ность	Пищевая промыш- ленность
1999	9,26	11,97	6,86	38,56
2001	12,42	15,98	5,32	27,26
2003	16,66	16,78	4,13	24,99

В простейшем случае прогноз проводится с учетом линейного прироста показателей (линейная модель) по формуле

$$w_t = w_{t-1} + \Delta w_{t-1}, \quad (1)$$

где w_t и w_{t-1} – величина векторного показателя в прогнозируемый и предшествующий периоды, Δw_{t-1} – вектор абсолютных приростов.

Учет взаимодействий производится введением в рассмотрение косвенных темпов прироста v_{ij} , устанавливающих степень влияния j -го показателя на изменения, происходящие в i -м показателе:

$$v_{ij} = \Delta x_{ii} / x_{ij}, \quad (2)$$

где Δx_{ii} – абсолютные приросты, определяемые по формуле:

$$\Delta x_{ii} = 1/(n-1) \sum v_{ij} x_{ij}. \quad (3)$$

С учетом (3), величина любого i -го показателя x_{ii} рассчитывается по предшествующему его значению x_{ii-1} и приросту Δx_{ii} :

$$x_{ii} = x_{ii-1} + 1/(n-1) \sum v_{ij} x_{ij}, \quad (4)$$

или, в векторной форме

$$x_t = x_{t-1} + V x_t. \quad (5)$$

Здесь V – матрица косвенных темпов прироста, диагональные элементы которой равны 0, а внедиагональные – косвенные темпы прироста – определяются по формуле (2) с учетом множителя $1/(n-1)$, т.е.

$$\{V\}_{ij} = 1/(n-1) \Delta x_{ii} / x_{ij}, \quad i \neq j. \quad (6)$$

По уравнению (5) рассчитываются прогнозные оценки:

$$x_t = (I - V)^{-1} x_{t-1}, \quad (7)$$

где I – единичная матрица порядка n .

В таблице 2 приведены результаты прогноза долей рассматриваемых отраслей в 2003 г. по двум предшествующим годам (1999 и 2001 гг.), выполненного в программной среде пакета MathCAD по линейной и матричной модели.

Таблица 2
Сопоставление результатов прогнозирования

Отрасль промышленности	Фактическое значение, %	Линейная модель			Модель с учетом взаимодейст- вия показателей		
		Прогноз, %	Абс. ошибка, %	Отн. ошибка, %	Прогноз, %	Абс. ошибка, %	Отн. ошибка, %
Черная металлургия	14,7	15,58	-0,88	6,0	15,04	-0,34	2,3
Промышленность стройматериалов	16,5	19,99	-3,49	-21,2	19,31	-2,81	-17,0

Отрасль промышленности	Фактическое значение, %	Линейная модель			Модель с учетом взаимодействия показателей		
		Прогноз, %	Абс. ошибка, %	Отн. ошибка, %	Прогноз, %	Абс. ошибка, %	Отн. ошибка, %
Легкая промышленность	4,0	3,78	0,22	5,4	3,79	0,21	5,2
Пищевая промышленность	25,7	15,96	9,74	37,9	15,47	10,23	39,8

Сравнение прогноза с фактическими значениями показывает, что учет взаимодействий обеспечивает большую точность: для трех отраслей из четырех оно обеспечило лучшее приближение к фактическим данным. Это дает основание для прогноза по матричной модели и на последующие годы, используя адаптивный принцип – за исходный уровень предыдущего года принимаются результаты прогноза на текущий год. Для сравнения рассчитывали также прогнозные значения уровней временных рядов по линейной модели, полагая неизменными приросты компонентов вектора структуры промышленности.

Из результатов расчетов, приведенных на графиках рисунка 4, видно, что учет взаимодействия компонентов структуры промышленности Орловской области существенно изменяет их прогнозные значения.

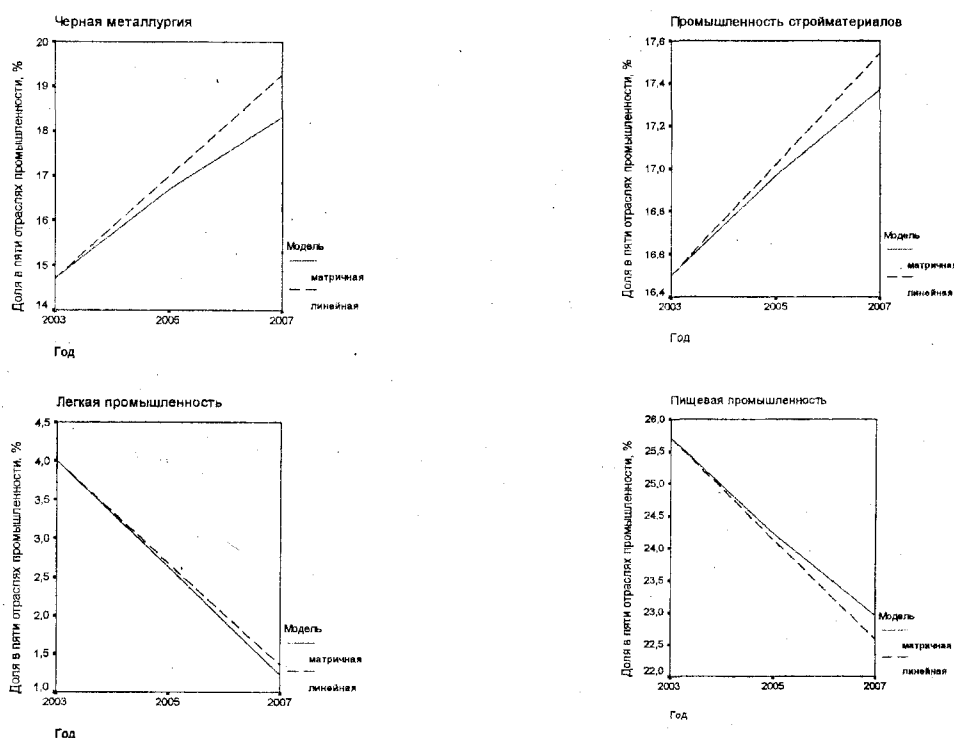


Рис. 4. Прогноз развития некоторых отраслей промышленности Орловской области на 2005 и 2007 гг. по матричной и линейной моделям

Дадим теперь оценку степени влияния инвестиционных проектов на отраслевые структурные сдвиги, продолжая рассмотренный выше пример. Согласно [6], объем производства строительных материалов предприятиями Орловской области в 2003 г. составил 2832 млн. руб. Из рассматриваемых пяти отраслей производство строительных материалов наиболее рентабельно: если рентабельность продукции отрасли в 2003 г. составляла 45,1 %, то рентабельность продукции машиностроения – 9,6 %, черной металлургии – 4,8 %, легкой промышленности – 0,1 %, пищевой промышленности – 0,7 %. В то же время, в Орловской области не производится цемент, являющийся основой строительной индустрии, и потребность в нем велика. Так, только в производстве сборных железобетонных

конструкций и изделий в 2003 г. в Орловской области потребность в цементе составила более 50 т, и это лишь часть общей потребности регионального строительного комплекса.

В этой связи региональным руководством неоднократно ставился вопрос о строительстве на территории области завода по производству цемента мощностью 2 млн. тонн в год, что требует инвестиций, соразмерных с суммарным объемом производства строительных материалов предприятиями Орловской области в 2003 г. Такой объем производства позволит полностью обеспечить потребности регионального строительного комплекса в цементе. Расчет показывает, что при стоимости цемента порядка 1,0 тыс. руб. за тонну (цены 2003 г.) реализация только одного инвестиционного проекта по производству цемента мощностью 2 млн. тонн в год «добавит» в отрасль 2 млрд. руб., что сравнимо с суммарным объемом производства строительных материалов предприятиями Орловской области в 2003 г. Учитывая долю данной отрасли в промышленности области в 2003 г. – 12,1 %, получаем, что ввод в действие цементного завода приведет к повышению этой доли до 19,1 %, т.е. в 1,6 раза.

Представленные в статье результаты позволяют сделать следующие выводы.

1. Прогнозирование отраслевых структурных сдвигов промышленности можно проводить, используя адаптивный принцип, всего по двум временным моментам по матричным моделям, учитывающим взаимодействие показателей структуры.

2. Реализация достаточно крупных инвестиционных проектов приводит к заметным отраслевым структурным сдвигам в промышленности региона.

1. Подрезов А.Н., Покровский А.М. Оценка эффективности инвестиционных проектов на основе экспертно-аналитического моделирования // Наука и образование. Межвуз. сб. науч. трудов. Вып.4 «Общество и экономика». М.: ИИЦ МГУДТ, 2006. С. 90-94.

2. Шуметов В.Г. Управление инновационным процессом в хозяйственной системе на основе современных информационных технологий: монография / Под общ. ред. проф. А.Ю. Егорова. М.: Изд-во «Палеотип», 2004.

3. Подрезов А.Н. Динамика и структурные сдвиги российской промышленности в период экономической стабилизации // Наука и образование. Межвуз. сб. науч. трудов. Вып. № 4 «Общество и экономика». М.: ИИЦ МГУДТ, 2005.

4. Подрезов А.Н. Структурные сдвиги промышленности Центральной России на региональном уровне // Наука и образование. Межвуз. сб. науч. трудов. Вып.4 «Общество и экономика». М.: ИИЦ МГУДТ, 2006. С. 57-64.

5. Подрезов А.Н. Типология регионов Центральной России по отраслевой структуре промышленности // Наука и образование. Межвуз. сб. науч. трудов. Вып.4 «Общество и экономика». М.: ИИЦ МГУДТ, 2005. С. 12-23.

6. Орловская область 1990-2003 гг.: стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области / Под ред. Т.П. Устиновой. Орел, 2003.

7. Давнис В.В., Тинякова В.И. Адаптивные модели: анализ и прогноз в экономических системах. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2006.

Аксенов К.В., Смородинова Т.К.

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ДОРОЖНОЙ ОТРАСЛИ

Орловский государственный технический университет

В условиях рыночной экономики основной целью любой коммерческой организации является получение прибыли от своей деятельности. Основная задача любой отрасли - разработка и производство экономически эффективных и конкурентоспособных изделий. Дорожное хозяйство не является исключением, поэтому при разработке новых моделей дорожно-строительной техники производители, а при покупке потребители, сталкиваются с проблемой оценки ее конкурентоспособности и экономической эффективности в эксплуатации.

Повышение экономической эффективности – одна из центральных проблем экономики.

Изменение экономических отношений в России в связи с переходом к рынку требует уточнения методических основ определения эффективности производства. Переход от плановой экономики к рыночным отношениям вызывает необходимость переоценки не столько сущности эффективности производства, сколько практики ее определения в новых условиях хозяйствования.

В период плановой экономики действовала официально утвержденная методика определения экономической эффективности капитальных вложений. По данной методике годовой экономической эффект от реализации лучшего варианта определяется по формуле:

$$\Delta = (Z_1 - Z_2) = (C_1 + E_H \cdot K_1) - (C_2 + E_H \cdot K_2)$$

где Z_1, Z_2 – приведенные затраты по вариантам;

C_1, C_2 – себестоимость продукции по вариантам;

K_1, K_2 – капитальные вложения по вариантам;

E_H – нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений.

Для приведения капитальных вложений в формуле используется централизованно установленный нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений, значения которого были дифференцированы по отраслям хозяйства и колебались от величины 0,07 до 0,25. Величины нормативных коэффициентов эффективности капитальных вложений в значительной степени занижены. В условиях рыночной экономики их величина должна адекватно изменяться в зависимости от изменения уровня инфляции и быть на уровне процентной ставки или другого аналогичного критерия, например, ставки дивиденда.

В современных условиях основной недостаток данной методики заключается в том, что критерием для определения лучшего варианта являются приведенные затраты, а не прибыль, которая в наибольшей степени отвечает требованиям рыночной экономики. Кроме того, данная методика не может быть использована при обосновании капитальных вложений, направляемых на улучшение качества продукции, так как улучшение качества продукции на предприятии, как правило, ведет к увеличению издержек производства продукции.

Экономический эффект реализации инновационных проектов определяется как разность стоимостной оценки результатов производства и затрат производственных ресурсов за расчетный период.

Экономический эффект создания и внедрения новой техники обуславливается:

1) Снижением затрат на производство продукции (полуфабрикатов), оказание услуг:

- повышение производительности оборудования за счет повышения скоростных режимов, коэффициента полезного времени, надежности и снижения ремонтосложности;
- повышение производительности труда за счет автоматизации основного и вспомогательного производства.

2) Увеличением объема реализации и сокращением затрат предприятия при выпуске продукции за счет:

- освоения новых ассортиментов продукции;
- повышения потребительских свойств и конкурентоспособности выпускаемой продукции.

3) Получением дополнительного дохода за счет социальных и экологических последствий внедрения новой техники. Это находит отражение в:

- улучшении условий труда и повышении за счет этого производительности труда;
- уменьшении ущерба, причиняемого загрязнением окружающей среды.

Для экономической эффективности реализации инновационных проектов могут быть использованы различные критерии, позволяющие судить об экономической привлекательности проектов, о финансовых преимуществах одних проектов над другими.

По способу учета фактора времени методы оценки экономической эффективности инвестиционных проектов делятся на статические, в которых денежные поступления и выплаты, возникающие в разные моменты времени, оцениваются как равноценные, и динамические, в которых денежные по-

тупления и выплаты, возникающие в разные моменты времени приводятся с помощью дисконтирования к единому моменту времени, обеспечивая их сопоставимость.

Статические методы основаны на проведении сравнительных расчетов прибыли, издержек и рентабельности и выборе инвестиционного проекта на основе оптимального значения одного из этих показателей.

Преимуществами статических методов расчета оценки экономической эффективности являются простота расчетов, учет рыночной конъюнктуры, применяются они для ориентировочной и быстрой оценки привлекательности проектов и их следует применять на ранних стадиях жизненного цикла изделия.

Динамический подход к оценке экономической эффективности изделий позволяет индивидуально оценить новую технику, охватывает весь ее жизненный цикл, учитывает интересы производителя, потребителя, государства и кредитов, дает ответ на вопрос окупаемости инвестиций, показывает стоимость капитала инвестора.

Для оценки экономической эффективности новой техники рекомендуются следующие пять оценочных показателей:

- чистая текущая стоимость ЧТС;
- рентабельность инвестиций PI;
- внутренний коэффициент окупаемости ВКО;
- окупаемость по текущей стоимости ТО-окупаемость;
- бюджетный эффект БЭ [1,2,3].

ЧТС определяется как разность суммарного дисконтированного денежного потока и дисконтированной суммы инвестиций и показывает прирост капитала, т.е. суммарный эффект от эксплуатации новой техники за весь срок его службы:

$$ЧТС = \sum_{n=0}^{T_{сл}} \frac{P_n}{(1+r+i+ri)^n} - \sum_{n=0}^{T_i} \frac{I_n}{(1+r+i+ri)^n}$$

где n – порядковый номер года, $n = 0, 1, 2, 3 \dots T_{сл}$;

$T_{сл}$ – срок службы новой техники;

i – годовой темп инфляции.

Инфляция повышает цены на все товары и услуги. В стране с высокой инфляцией часто стремятся пораньше реализовать проект, так как в будущем он будет дороже. Но если реализовать проект позже, то тогда возрастут выгоды от него, так как в будущем цены на продукцию проекта будут тоже намного выше. Поэтому неясно, изменит ли инфляция в будущем баланс между выгодами и затратами, подсчитанный на базе сегодняшних цен. Поэтому в странах, где нет гиперинфляции, проекты обычно рассчитывают без учета инфляции, т.е. считая, что она одинаково воздействует на выгоды и затраты.

$$ЧТС = \sum_{n=0}^{T_{сл}} \frac{P_n}{(1+r)^n} - \sum_{n=0}^{T_i} \frac{I_n}{(1+r)^n}$$

r – нетто ставка дисконтирования, равная стоимости капитала (СК) или процентной ставке по срочным депозитам банка, если инвестиции осуществлены за счет кредита. В случае осуществления инвестиций за счет акционерного капитала ставка дисконтирования принимается равной дивидендам по акционерному капиталу или норме прибыли на капитал предприятия.

P_n – доход от проекта в году;

T_i – период осуществления инвестиций, лет;

I_n – инвестиции n -ного периода.

ЧТС – основной оценочный показатель экономической эффективности новой техники и инвестиций. Сравнительный анализ эффективности альтернативных вариантов сводится к сравнению их ЧТС. Наиболее эффективной является тот вариант, у которого ЧТС наибольший. В случае, когда ЧТС

< 0 , инвестиции не окупаются за срок службы новой техники, т.е. единовременные затраты больше, чем чистый доход.

В случаях, когда определение выручки от оказания услуг затруднено, при инвестировании в действующие объекты и оценке эффективности конструкторско-технологических решений эффективность инвестиций рекомендуется оценить по новому критерию – дисконтированные чистые расходы (ДЧР), определяемые по формуле:

$$ДЧР = \sum_{n=0}^{T_{ср}} \frac{S_{экт.}}{(1+r)^n} + \sum_{n=0}^{T_i} \frac{I_n}{(1+r)^n}$$

ДЧР – это сумма дисконтированных единовременных и текущих затрат, включая налоги, за срок службы новой техники. При помощи критерия ДЧР можно оценить экономическую эффективность как инвестиционных, так и потребительских товаров. ДЧР сравниваемых моделей должны быть рассчитаны на один и тот же объем работ. ДЧР как оценочный показатель предпочтительнее, чем ЧТС, так как прогнозировать будущие расходы на определенный объем работ легче, чем доходы.

Второй оценочный показатель – рентабельность инвестиций

$$PI = \frac{\sum_{n=0}^{T_{ср}} \frac{P_n}{(1+r)^n}}{\sum_{n=0}^{T_i} \frac{I_n}{(1+r)^n}}$$

показывает суммарные дисконтированные чистые денежные потоки (ЧДП) на единицу инвестиций, или сколько раз новая техника окупается за срок службы. Инвестиции на новую технику рентабельны при $PI > 1$. В отличие от ЧТС, рентабельность инвестиций – относительный показатель, поэтому он может быть использован для выбора модели новой техники из нескольких альтернативных, у которых ЧТС примерно одинакова.

Третий критериальный показатель - ВКО – соответствует ставке дисконтирования при нулевой ЧТС и определяется решением уравнения

$$\sum_{n=0}^{T_{ср}} \frac{P_n}{(1+r)^n} - \sum_{n=0}^{T_i} \frac{I_n}{(1+r)^n} = 0$$

относительно r .

ВКО показывает рентабельность, при которой ЧТС инвестиций равняется нулю, является предельной величиной стоимости кредитных ресурсов. Для принятия инвестиций необходимо выполнение условия $ВКО > СК$, и оно выполняется, когда $ЧТС > 0$.

Четвертый показатель – окупаемость – определяется по чистому денежному потоку без учета фактора времени (P - окупаемость) или по дисконтированному денежному потоку ($ТО$ - окупаемость). Для определения окупаемости чистый или дисконтированный денежный поток суммируют по годам до тех пор, пока сумма не превысит величину суммарных инвестиций или суммарных дисконтированных инвестиций. Год, в котором происходит это превышение, и есть год срока окупаемости инвестиций.

Экономический эффект, получаемый государством, оценивается суммарной величиной налогов, выплачиваемых в бюджетные и внебюджетные фонды не только данным предприятием, выполняющим дорожно-строительные работы, но и за счет более эффективной работы транспортных предприятий, пользующихся дорогами. Для приведения к началу инвестиций и для возможности сравнения разносрочных инвестиций денежный налоговый поток дисконтируется по ставке рефинансирования Центрального Банка r_p . Бюджетный эффект рассчитывается по формуле:

$$БЭ = \sum_{n=1}^{T_{ср}} \frac{H_n}{(1+r_p)^n}$$

где H_n - сумма налогов, перечисляемых в бюджет в n – ном периоде.

Наряду с преимуществами, динамический метод оценки экономической эффективности изделий имеет следующие недостатки:

- из-за сложности экономических процессов и их динамичности трудно прогнозировать параметры, используемые при расчете ЧДП инвестиций;
- невозможно однозначно выбрать величину ставки дисконтирования, так как ее можно рассматривать с точки зрения различных субъектов экономики и она весьма переменчива со временем;
- на денежный поток существенное влияние оказывает весьма неустойчивая налоговая система.

Хотя критерии ЧТС и ДЧР являются комплексными показателями оценки качества новой техники, при их расчете ряд важных для потребителя качественных свойств изделия, определяющих его конкурентоспособность таких как эргономичность, эстетичность, удобство в эксплуатации, в обслуживании, безопасность, наличие специального оборудования, экологичность, возможность переналадки и т.п., все же остаются вне поля зрения. Эти свойства непосредственно не влияют на формирование денежного потока, по которому оценивается экономическая эффективность новой техники, хотя и отражаются в цене изделия.

Конкурентоспособность изделия можно оценить по интегральному показателю конкурентоспособности, который показывает различие между сравниваемыми изделиями в потребительском эффекте, приходящемся на единицу затрат [4].

Интегральный показатель конкурентоспособности K определяется по формуле:

$$K = I_{\text{техн.}} / I_{\text{экон.}}$$

где $I_{\text{техн.}}$ – сводный индекс технических параметров изделия; $I_{\text{экон.}}$ – сводный индекс экономических параметров изделия.

Если $K > 1$, то товар по конкурентоспособности не уступает образцу, $K < 1$, то товар уступает образцу, $K = 1$, то товар находится на одном уровне конкурентоспособности с образцом.

Сводный индекс технических параметров $I_{\text{техн.}}$ определяется по формуле:

$$I_{\text{техн.}} = \sum i_j \times a_j,$$

где i_j – относительный параметр качества; a_j – коэффициент значимости (весомости) параметров, доли.

Относительный параметр качества изделия i_j определяется по формуле:

$$i_j = P_{\text{проект}} / P_{\text{база}}$$

где $P_{\text{проект}}$, $P_{\text{база}}$ – количественное значение параметра качества проектируемого и базового изделия.

Если улучшение параметров связано с уменьшением их количественных значений, то i_j определяется по формуле:

$$i_j = P_{\text{база}} / P_{\text{проект}}$$

Параметры, не имеющие количественных значений, оцениваются в баллах по 5-ти или 10-ти бальной шкале.

Определение коэффициентов весомости (значимости) является наиболее ответственной и сложной частью всего анализа конкурентоспособности. Основным источником данных для построения весовой базы являются разные исследования – спрос потребителей, выставка образцов и т.д. На практике по каждому из технических параметров экспертным путем устанавливается числовое значение коэффициента весомости. При этом сумма коэффициентов весомости по всем техническим параметрам должна быть равна 1,00 или 100 %.

Сводный индекс экономических параметров определяется по формуле:

$$I_{\text{экон.}} = C_{\text{проект}} / C_{\text{база}}$$

где $C_{\text{проект}}$, $C_{\text{база}}$ – цены потребления проектируемого и базового изделий.

Цена потребления – это затраты покупателя на приобретение и использование изделия на протяжении нормативного периода его эксплуатации

Цена потребления определяется по формуле:

$$C_{\text{пот.}} = C_{\text{отп.}} + I_{\text{год.}} \times T_{\text{сл.}}$$

где $C_{\text{отп.}}$ – ценовая характеристика изделия, руб.; $I_{\text{год.}}$ – годовые текущие издержки потребителя, руб.;

При сравнении эффективности использования изделий должна использоваться приведенная к новым условиям цена потребления по производительности, сроку службы изделия и т.д.

Для машиностроительной продукции цена потребления по проекту определяется по формуле:

$$C_{\text{лот.проект}} = C_{\text{отп.проект}} + I_{\text{год.проект}} \times T_{\text{сл.проект}}$$

Цена потребления по базе, приведенная по производительности и сроку службы изделия:

$$C_{\text{лот.база}} = C_{\text{отп.база}} \times P_{\text{проект}} / P_{\text{база}} \times T_{\text{сл.проект}} / T_{\text{сл.база}} + I_{\text{год.база}} \times T_{\text{сл.проект}}$$

где $C_{\text{отп.проект}}$, $I_{\text{год.проект}}$ и $T_{\text{сл.проект}}$ – соответственно стоимость изделия, годовые текущие издержки и срок службы изделия по проекту; $C_{\text{отп.база}}$, $I_{\text{год.база}}$ и $T_{\text{сл.база}}$ – соответственно стоимость изделия, годовые текущие издержки и срок службы изделия по базе; $P_{\text{база}}$ и $P_{\text{проект}}$ – производительность изделия по базе и по проекту.

1. Друри К. «Введение в управленческий и производственный учет»: Пер. с англ. / Под ред. С.А. Табалиной. М.: Финансы и статистика, 1995. С. 369.

2. Ковалев В.В. «Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности». М.: Финансы и статистика, 1995. С. 227.

3. Вестник машиностроения (Ежемесячный научно-технический и производственный журнал). 2000. № 10. М.: «Машиностроение». С. 70.

4. Моисеев Н.К. «Современные предприятия: конкурентоспособность, маркетинг, обновление». М.: Внешторгиздат, 1993. С. 325.

Милых Ф.Г.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Орловский государственный технический университет

В современных условиях хозяйствования возрастает роль стратегического управления развитием предприятий, под которым понимается набор решений и действий по формулировке и реализации стратегии, предназначенной для достижения поставленных миссией целей. При этом важным этапом стратегического управления является стратегическое планирование – действия или шаги, которые предприятие предполагает предпринять для достижения стратегических целей. Особенность стратегического планирования состоит в том, что оно представляет собой непрерывный циклический процесс, имеющий целью приведение возможностей предприятия в соответствие с условиями рынка [1]. С изменением внешних и внутренних условий должны уточняться цели и задачи развития предприятия, корректироваться стратегия и политика по достижению этих целей, что требует соответствующего методологического обеспечения.

В данной статье излагается подход к разработке стратегии развития промышленного предприятия, основанный на экспертно-аналитическом моделировании будущего. В основе моделирования лежит точка зрения, что задача планирования развития промышленного предприятия аналогична планированию прогнозируемого и желаемого будущего, решение которой включает два процесса: планирование от достигнутого (прямой процесс) и планирование от конечного (желаемого) результата (обратный процесс).

Предварительной информацией, на основе которой проводится дальнейшая работа по прогнозированию, является сценарий. Различают два типа сценариев общего типа: поисковый и предваряющий. Поисковые сценарии преследуют выявление тенденций альтернативных вариантов будущего. Путем параметризации основных компонент изучаемой системы проводится проверка того, какие из событий являются логически необходимыми для достижения возможных вариантов будущего. Этот

процесс осуществляется посредством вариации параметров и тщательной проверки гипотез развития, результатом чего является построение предельных сценариев и сценариев, которые выявляют тенденции, ограничивающие варианты возможного будущего. Поисковый сценарий применяется в качестве средства формирования воображения, стимуляции обсуждения и привлечения внимания лиц, принимающих решения, к определению возможных результатов.

Предваряющий сценарий связан с концептуализацией допустимых и желательных вариантов будущего. В отличие от поискового сценария, проецирующего настоящее в будущее, предваряющий сценарий идет обратным путем, начиная с будущего по направлению к настоящему, чтобы определить альтернативы и действия, необходимые для достижения этого будущего. В свою очередь, различают предваряющие сценарии двух видов: нормативный и контрастный сценарий. Первый определяет в плане множество заданных целей и пути их реализации, второй «приблизительно» описывает желаемое и достижимое будущее в пределах, определяемых предваряющим сценарием. Множество контрастных сценариев синтезируется в обобщенный сценарий, в котором каждый из них реализуется с определенной вероятностью.

Поскольку будущее определяется как результат воздействия различных сил или интересов (акторов), имеющих свои цели и политики, направленные на их достижение, они должны быть учтены при синтезе контрастных сценариев в обобщенный. Наиболее важные компоненты построения сценария отмечаются в работе [2]. Из перечня компонент следует, что процесс построения обобщенного сценария сопровождается не только эвристической, но и чисто техническими проблемами. Формализовать и ускорить этот процесс позволяет использование компьютерных экспертно-аналитических систем типа Expert Decide [3].

В работе [4] нами предложена модель проецируемого будущего швейного предприятия. Соответствующая этой модели иерархия содержит уровни:

- цель (фокус) – проецируемое будущее швейного предприятия;
- акторы – руководство предприятия, руководство филиалов, служащие швейного предприятия, поставщики, потребители, конкуренты, местные власти, руководство отрасли, общество (местное население как социум);
- политики акторов – для руководства предприятия: успех предприятия, личный успех; для служащих предприятия: инициатива, направленная на материальный успех; для филиалов: развитие, карьера; для потребителей: повышение спроса; для поставщиков: сдвиг в сторону выпуска другой продукции; для конкурентов: завоевание рынка; для местных властей: контроль над обеспечением занятости населения; для руководства отрасли: внедрение инноваций; для общества: патриотизм;
- сценарии – сохранение статус-кво; развитие производства, ориентированного на внутренний рынок; ориентация на зарубежные заказы; банкротство.

В результате опроса экспертов и обработки их результатов с помощью экспертно-аналитической системы Expert Decide были оценены итоговые приоритеты поисковых сценариев развития швейного предприятия: с вероятностью 0,485 при сохранении существующих политик акторов предприятие будет ориентироваться на зарубежные заказы, вероятность развития производства, ориентированного на внутренний рынок, составляет 0,295, сохранение существующего положения имеет вероятность 0,169, и лишь один шанс против 20 за то, что предприятие обанкротится. Однако ясно, что данный прогноз требует определенных действий акторов для реализации желательного варианта развития событий. С этой целью выполнено сравнение этих итоговых приоритетов с приоритетами сценариев развития, рассчитанных исходя из интересов и политик только швейного предприятия – таблица 1.

Приоритеты сценариев будущего развития предприятия, рассчитанные по целям основных и всех акторов, индикаторы политик

Оценка приоритетов	Приоритет сценариев будущего			
	Статус-кво	Внутренний рынок	Зарубежные заказы	Банкротство
Исходя из целей всех акторов рынка (интегральные приоритеты)	0,169	0,295	0,485	0,050
Исходя из целей основных акторов	0,147	0,279	0,526	0,048
Соотношение приоритетов, %	115,0	105,7	92,2	104,2
Прирост вероятности сценария при сохранении политик акторов, %	15,0	5,7	-7,8	4,2

В двух последних строках табл. 1 приведены соотношения приоритетов сценариев развития ситуации, рассчитанные исходя из целей и политик всех акторов, с одной стороны, и основных акторов, с другой, а также значения прироста вероятности сценария при сохранении политик акторов. Этим величинам можно дать следующее толкование: сценарий «статус-кво» имеет отношение приоритетов 115 %, т.е. относительный прирост вероятности данного сценария при сохранении политик всех акторов составляет +15 % и требуются дополнительные усилия со стороны основных акторов для *снижения вероятности* осуществления этого сценария. С другой стороны, сценарий «зарубежные заказы» имеет отношение приоритетов 92 %, т.е. относительный прирост вероятности данного сценария при сохранении политик всех акторов составляет 8 %, имеет место «дефицит» осуществления этого сценария и требуются дополнительные усилия со стороны основных акторов для *повышения вероятности* его осуществления. Таким образом, рассчитанные величины можно интерпретировать как *индикаторы политик* акторов, заинтересованных в повышении вероятности реализации желаемых сценариев развития рынка.

Методология этой процедуры, применительно к корпорациям, детально изложена в работе Т. Саати [2]; в книге Андрейчиков А.В. и Андрейчиковой О.Н. [5] представлена методика измерения сходимости второго прямого процесса с желаемым будущим, а также методика оценки эффективности добавления новых политик на этапе второго прямого процесса.

Помимо основного результата экспертно-аналитического моделирования – количественных оценок приоритетов конкурирующих стратегий с учетом основных внутренних факторов и внешних условий, появляется возможность анализа так называемых матриц «результатов» [6], представляющих собой экспертные оценки эффективностей и неиспользованных возможностей, отвечающих всем возможным сочетаниям стратегий и условий их реализации. К этим матрицам применимы разнообразные критерии оптимальности (Лапласа, Максимакса, Вальда, Сэвиджа и др.), что позволяет формализовать процесс принятия стратегического управленческого решения.

1. Камаев В.Д. Экономика и бизнес. М.: Изд-во МВТУ, 1993.

2. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. М.: Радио и связь, 1993.

3. Кузнецов А.И., Шуметов В.Г. Expert Decide для Windows 95, 98, NT, 2000, Me. Версия 2.2. Руководство пользователя. Орел: ОРАГС, 2001.

4. Милых Ф.Г. Формирование стратегии промышленного предприятия с использованием экспертно-аналитических технологий: Дис. ... к.э.н. Орел: ОрелГТУ, 2003.

5. Андрейчиков А.В., Андрейчикова О.Н. Анализ, синтез, планирование решений в экономике. М.: Финансы и статистика, 2001.

6. Спицнадель В.Н. Теория и практика принятия оптимальных решений. Учеб. пособие. СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2002.

Экнодиосова О.Г., Артемова Е.Н.

РЕЙТИНГ РАСПРОСТРАНЕННОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ ТУРИСТСКИХ СЕТЕЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ И В СТРАНАХ СНГ*Орловский государственный технический университет*

В российском туризме франчайзинг зародился более 15 лет назад. Его ввели туроператоры, которые предложили турфирмам определенный формат ведения бизнеса, набор курортов и других мест для отдыха.

В настоящее время невозможно точно оценить реальный размер франчайзинговых предложений, поскольку нет никаких официальных статистических данных. Нами была проанализирована информация, представленная на сайтах соответствующих туристских сетей, Российской ассоциации развития франчайзинга, Российской ассоциации развития малого предпринимательства, Франчайзингового центра малого бизнеса, Федерального фонда поддержки малого предпринимательства и Фонда развития науки, техники и франчайзинга (Санкт-Петербург). В результате были отобраны 15 крупнейших туристских компаний, развивающихся по технологии франчайзинга: «Велл», «ВКО Клуб», «Global Travel», «Горячие туры», «Интурист – Магазин Путешествий», «Куда.ru», «Магазин Горящих Путевок», «Мастер отдыха», «Роза ветров», «Русский путешественник», «Скатертью дорога», «Туринфо-РФР Глобал Трэвл», «Столичный Центр Путешествий», «1001 Тур», «Blue Sky» [1-14]. Следует подчеркнуть, что общее число туристских франшиз, действующих на отечественном рынке, не ограничивается приведенным выше количеством.

В ходе исследования была собрана информация о развитии указанных франчайзинговых туристских компаний с момента образования до настоящего времени. В результате систематизации полученных сведений стало возможным оценить их территориальную распространенность.

По данным на конец 2007 г. в России функционировало свыше 1200 офисов отечественных франчайзинговых туристских сетей. Среди городов безусловным лидером является Москва, в которой на момент исследования работало 455 офисов. С существенным отрывом далее следуют Санкт-Петербург (84 офиса), Нижний Новгород (27 офисов), Новосибирск и Воронеж (16 офисов). В большинстве российских городов число сетевых турагентств не превышает 10. В результате проведенного исследования были составлены рейтинги распространенности выбранных сетевых компаний в регионах Российской Федерации и странах СНГ, которые представлены в таблицах 1-7.

Таблица 1
Рейтинг распространенности туристских сетей в Москве

Место в рейтинге	Название туристской сети	Общее число офисов
1	Горячие туры	97
2	Магазин Горящих Путевок	75
3	Куда.ru	63
4	ВКО Клуб	41
5	Интурист – Магазин Путешествий	35
6	Blue Sky	28
7	Global Travel	25
8	Велл	24
9	Мастер отдыха	22
10	Роза ветров	17
11	Туринфо-РФР Глобал Трэвл	13
12	Русский путешественник	6
	1001 Тур	6
13	Столичный Центр Путешествий	2
14	Скатертью дорога	1

Большинство сетевых компаний стремятся максимально охватить рынок Москвы и Московской области. Так, по данным на конец 2007 г. суммарное число франчайзинговых офисов на рассматриваемой территории превысило 600, что составляет более половины общероссийской величины. В Московской области на момент исследования работали более 170 сетевых турагентств.

Рейтинг распространенности туристских сетей в Московской области

Место в рейтинге	Название туристской сети	Общее число офисов
1	Магазин Горящих Путевок	48
2	Global Travel	35
3	Горячие туры	26
4	Мастер отдыха	22
5	Куда.ру	19
6	Велл	11
7	Интурист – Магазин Путешествий	8
8	Blue Sky	4
9	Роза ветров	2
10	ВКО Клуб	1
	Столичный Центр Путешествий	1

Туристские сети «Турифо-РФР Глобал Трэвл», «Русский путешественник», «Скатертью дорожка», «1001 Тур» в Московской области не представлены.

В настоящее время в Москве и ее городах-спутниках отмечается очень плотная конкуренция и высокая насыщенность рынка, что затрудняет дальнейшее развитие франчайзинга. Франчайзеры выходят с предложением в регионы и, прежде всего, в Центр. За исключением Москвы и Московской области, здесь нет сверхкрупных городов. Региональный рынок отличается сильной дифференциацией, что не способствует формированию устойчивых потребительских предпочтений.

С учетом вышеизложенного в рамках данного исследования целесообразно оценить распространение франчайзинговых туристских сетей в областных центрах Центрального федерального округа РФ (ЦФО) (таблица 3).

Таблица 3

Количество офисов франчайзинговых туристских сетей в областных центрах ЦФО

	Велл	ВКО Клуб	Global Travel	Горячие туры	Интурист – Магазин Путешествий	Куда.ру	Магазин Горящих Путевок	Мастер отдыха	Роза ветров	Турифо-РФР Глобал тревел	1001 Тур	Итого по каждому городу
Белгород	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	4
Брянск	0	0	2	1	0	1	1	0	0	0	0	5
Владимир	0	0	3	1	2	0	2	1	0	0	0	9
Воронеж	0	0	7	1	2	1	3	1	1	0	0	16
Иваново	1	1	3	1	1	1	2	1	1	0	1	13
Калуга	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	3
Кострома	0	0	3	1	0	2	1	1	0	0	1	9
Курск	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3
Липецк	2	0	1	0	1	2	1	0	0	0	0	7
Орел	0	0	0	1	1	1	2	0	0	0	0	5
Рязань	0	0	3	1	0	0	1	1	0	1	0	7
Смоленск	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2
Тамбов	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Тверь	0	0	4	1	0	0	1	1	0	0	0	7
Тула	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	4
Ярославль	0	0	3	0	1	0	1	0	0	0	0	5
Итого для каждой сети	5	2	29	10	11	10	19	8	2	1	3	100

Воронеж и Иваново характеризуются хорошей внутренней инфраструктурой и многочисленным средним классом. Потому, несмотря на некоторую удаленность от Москвы, они лидируют по общему числу франчайзинговых офисов.

Владимир и Кострома обладают высоким туристическим и промышленным потенциалом и занимают третье место по числу франчайзинговых офисов среди областных центров ЦФО.

Хорошо развивается франчайзинг в Рязани и Твери. Эти города находятся недалеко от Москвы и характеризуются наличием большого количества предприятий малого бизнеса.

Постепенно растет число франчайзинговых офисов туристских сетей в Орле и Ярославле.

Тамбов же отличается крайне слабым развитием франчайзинга. Этому препятствует отсутствие развитых отраслей промышленности и удаленность от основных транспортных магистралей.

С учетом данных таблицы 3 был составлен рейтинг распространенности туристских сетей в центрах ЦФО (таблица 4).

Таблица 4

Рейтинг распространенности российских туристских сетей в областных центрах ЦФО

Место в рейтинге	Название туристской сети	Общее число офисов
1	Global Travel	29
2	Магазин Горящих Путевок	19
3	Интурист - Магазин Путешествий	11
4	Горячие туры	10
	Куда.ru	10
5	Мастер отдыха	8
6	Велл	5
7	1001 Тур	3
8	ВКО Клуб	2
	Роза ветров	2
9	Турифо-РФР Глобал Трэвл	1

Как видно, в областных центрах ЦФО безоговорочными лидером является сеть «Global Travel». С заметным отрывом в 10 офисов отстает «Магазин Горящих Путевок». Примерно одинаковые позиции занимают сети «Интурист - Магазин Путешествий», «Горячие туры» и «Куда.ru».

Поскольку Санкт-Петербург является крупнейшим российским мегаполисом и деловым центром страны, было проведено исследование распространенности туристских сетей и в данном городе. Результаты представлены в таблице 5.

Таблица 5

Рейтинг распространенности туристских сетей в Санкт-Петербурге

Место в рейтинге	Название туристской сети	Общее число офисов
1	Горячие туры	37
2	Global Travel	14
3	Куда.ru	10
4	Магазин Горящих Путевок	9
5	ВКО Клуб	6
6	Велл	2
	1001 Тур	2
	Роза ветров	2
7	Интурист – Магазин Путешествий	1
	Турифо-РФР Глобал Трэвл	1

В Санкт-Петербурге на момент исследования не было офисов следующих сетей: «Мастер отдыха», «Русский путешественник», «Скатертью дорога» и «Столичный Центр Путешествий».

Рейтинг распространенности туристских сетей в регионах Российской Федерации

Место в рейтинге	Название туристской сети	Общее число офисов
1	Магазин Горящих Путевок	132
2	Global Travel	120
3	Горячие туры	105
4	Куда.ру	47
5	Интурист – Магазин Путешествий	44
6	Мастер отдыха	42
7	Велл	39
8	Роза ветров	23
9	Скатертью дорога	22
10	ВКО Клуб	18
11	Blue Sky	17
12	1001 Тур	9
13	Туринфо-РФР Глобал Трэвл	7
14	Русский путешественник	3

Как видно из таблицы 6, «Магазин Горящих Путевок», «Global Travel», «Горячие туры» ведут активную территориальную политику. Эти туристические сети в одном городе открывают по несколько турагентств с целью вытеснения конкурентов. Потому число региональных офисов данных компаний существенно больше, чем у других. В регионах Российской Федерации не представлена лишь одна исследуемая сеть – «Столичный Центр путешествий».

Анализ франшиз, представленных на рынках стран СНГ, позволил выявить отечественные бренды только в Белоруссии (таблица 7) и Казахстане.

Таблица 7

Рейтинг распространенности российских туристских сетей в Белоруссии

Место в рейтинге	Название туристской сети	Общее число офисов
1	Горячие туры	9
2	Магазин Горящих Путевок	4
3	Global Travel	1
	Интурист – Магазин Путешествий	1

Большинство исследуемых туристских сетей не представлено в Белоруссии. В Казахстане действует только 1 офис туристской сети «Велл».

Таким образом, российские франчайзинговые сети хоть и в небольшом количестве уже имеют своих представителей в странах СНГ. Появление российских сетевых брендов на международном рынке свидетельствует о высокой конкурентоспособности отечественных франшиз.

Обобщая вышеизложенные данные, можно сделать вывод, что в России, как и в Белоруссии, лидерами по числу торговых точек являются сети: «Магазин Горящих путевок», «Global Travel», «Горячие туры». Они значительно опережают своих конкурентов.

Франчайзинг как бизнес-технология достаточно широко используется в Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске и Нижнем Новгороде, что связано с экономическим положением данных территорий и уровнем развития бизнеса. Как правило, предприятия начинают внедрять свою марку сначала на московском, либо петербургском рынке и лишь затем решают применять франчайзинг для продвижения своей марки в регионах. Кроме того, начинают возникать местные достаточно успешные франшизы. Например, новосибирская «Скатертью дорога».

Таким образом, за последние 1,5-2 года развитие франчайзинга идет все более высокими темпами. Сегодня в России около 25 % всех турагентств – участники подобного рода сетей. Присоединение к туристской сети, развивающейся на основе франчайзинга – оптимальный вариант для начинающих. По прогнозам экспертов, через 2 года число агентств, вошедших в сети, удвоится по отношению к общему количеству турфирм. Это связано с внесением изменений в туристское законодательство.

1. «Магазин Горящих Путевок» [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.tournews.ru
2. «Куда.ру» [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.kuda.ru
3. «Велл» [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.well.ru
4. «Роза ветров» [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.roza-set.ru
5. Интурист - Магазин Путешествий [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.intourist.ru
6. «Туринфо Глобал-Трэвл» [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.tgt.ru
7. «ВКО КЛУБ» [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.vkoclub.ru
8. «Blue Sky» [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.bluesky.ru
9. «Горячие туры» [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.hott.ru
10. «1001 Тур» [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.1001tur.ru
11. Московский фонд поддержки малого предпринимательства [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.fpmo.ru>
12. Российская ассоциация развития малого предпринимательства. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.rasme.ru>
13. Российская ассоциация франчайзинга [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.rarfg.ru
14. Профессиональный интернет-ресурс на рынке слияний и поглощений [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.maplaza.ru>

Губина О.В.

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Орловский государственный институт экономики и торговли

В современных условиях деятельность каждого хозяйствующего субъекта является предметом внимания широкого круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. Показатели финансовых результатов являются важнейшими в системе оценки результативности и деловых качеств предприятия, степени его надежности и финансового благополучия как партнера. Финансовые результаты характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Прибыль торговые организации получают главным образом от продажи товаров, а также от других видов деятельности (сдача в аренду основных средств, поступления от продажи основных средств и материальных активов и т.д.)

Прибыль выступает важнейшим фактором стимулирования производственной и предпринимательской деятельности. Налог на прибыль является одним из основных источников формирования бюджета (федерального, республиканского, местного). За счет прибыли погашаются долговые обязательства организации перед банком и инвесторами. Сумма прибыли определяется объемом продаж, качеством, ассортиментом и конкурентоспособностью продукции на внутреннем и внешнем рынках, уровнем затрат и инфляционными процессами.

Состав и алгоритм расчета прибыли зависит от поставленных целей. Многообразие целей использования показателей прибыли и многовариантность информационного обеспечения этих целей обусловили формирование различных показателей отчетной прибыли. Поскольку интересы различных групп пользователей неодинаковы, выбор конкретной величины прибыли должен определяться в соответствии с целями пользователей бухгалтерских отчетов.

Конечная цель анализа состоит в том, чтобы объяснить причины изменения и качество чистой прибыли – источника прироста капитала и выплаты дивидендов. Результаты анализа необходимы также и в прогнозировании финансовых результатов, что может быть использовано как во внутреннем, так и во внешнем анализе.

Анализ финансовых результатов деятельности организации включает:

- исследование изменений каждого показателя за текущий анализируемый период (горизонтальный анализ);
- исследование структуры соответствующих показателей и их изменений (вертикальный анализ);

- изучение динамики изменения показателей за ряд отчетных периодов (трендовый анализ). Трендовый анализ возможен при наличии сопоставимых данных за несколько лет, что предполагает длительный период функционирования организации, стабильность методов бухгалтерского учета и устойчивые формы бухгалтерской отчетности, возможность учитывать влияние инфляции на бухгалтерские показатели. Тренды изучаются для выявления тенденций изменения финансовых результатов;

- исследование влияния факторов на прибыль (факторный анализ).

Основным источником формирования финансовых результатов торговой организации являются реализованные торговые надбавки (валовой доход). Организациям оптовой и розничной торговли предоставлено право самостоятельно определять оптовые и торговые надбавки на товары исходя из спроса, фактических издержек обращения и оптимальных уровней рентабельности (с учетом установленных предельных размеров надбавок). Розничная цена товара формируется из оптовой цены (цена закупки) с добавлением торговой и оптовой надбавок в установленных торговым предприятием размерах.

Кроме реализованных торговых надбавок организации розничной торговли могут иметь доходы от других видов деятельности; продажи товаров и имущества на аукционах, по операциям с тарой (превышение доходов над расходами), от реализации акций, облигаций, других ценных бумаг и т.п.

За счет валового дохода взимаются по установленным ставкам налог на добавленную стоимость, акцизы и некоторые другие обязательные платежи. Следовательно, для определения валового дохода от продажи товаров, остающегося в распоряжении организации, следует из общей его суммы вычесть перечисленные выше налоги и другие обязательные платежи.

Различают следующие показатели финансовых результатов: прибыль (убыток) от продажи товаров; прибыль (убыток) от реализации основных и прочих активов, от других видов деятельности; прибыль (убыток) до налогообложения; чистая прибыль (убыток) отчетного периода.

Прибыль (убыток) от продажи товаров в торговле определяют вычитанием из валового дохода, остающегося в распоряжении торговой организации, издержек обращения. По форме № 2 бухгалтерской отчетности "Отчет о прибылях и убытках" прибыль от продажи товаров рассчитывается вычитанием из выручки (нетто) от продажи товаров (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей) себестоимости проданных товаров (покупной их стоимости) и издержек обращения. Организации могут также иметь прибыль (убыток) от реализации, выбытия основных средств и прочих активов, а также прочие доходы, расходы, потери и убытки. Прибыль (убыток) до налогообложения определяют следующим способом: к прибыли от продажи товаров добавляют прибыль от прочих операций, а также прочие доходы и вычитают прочие расходы.

Чистая прибыль (убыток) отчетного периода, определяется вычитанием из суммы прибыли до налогообложения налогов и других обязательных платежей.

В настоящее время анализ финансовых результатов организации затруднен в связи с коммерческой тайной, засекречиванием, а иногда и искажением результатов его функционирования.

Анализ финансовых результатов деятельности торговой организации проводят по данным бизнес-планов, бухгалтерской и статистической отчетности, текущего бухгалтерского учета, других источников информации.

Основным источником анализа финансовых результатов является бухгалтерский «Отчет о прибылях и убытках» (форма № 2), который составляется организациями всех отраслей. Аналитическая ценность этой формы заключается в том, что в ней последовательно показывается формирование и использование прибыли, начиная с выручки от продажи и заканчивая чистой прибылью. При этом данные приводятся не только за отчетный период, но и за аналогичный период прошлого года.

Рассматривая отдельные показатели, приведенные в этой форме в разделе «Доходы и расходы по обычным видам деятельности», необходимо учитывать специфику торговых организаций.

По статье «Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и других аналогичных платежей)» показывают выручку от продажи

продукции и товаров, поступления от обычных видов деятельности, признанные организацией в бухгалтерском учете. В торговых организациях она представляет собой объем товарооборота (также без налога на добавленную стоимость и аналогичных платежей).

По статье «Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг» отражаются учтенные затраты на производство продукции, работ, услуг в доле, относящейся к проданным в отчетном периоде продукции, работам, услугам. Организации, осуществляющие торговую деятельность, отражают по данной статье покупную стоимость товаров, выручка от продажи которых отражена в данном отчетном периоде.

Данные статьи «Валовая прибыль» определяются как разница между данными статьи «Выручка (нетто) от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и обязательных аналогичных платежей)» и данными статьи «Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг». Валовая прибыль используется в расчетах ряда показателей для нужд управления затратами, ценообразования и т.п. В торговых организациях данные этой статьи представляют собой валовой доход от продажи товаров.

По статье «Коммерческие расходы» показываются затраты, связанные со сбытом (продажей) продукции (работ, услуг) как у производителей, так и у организаций, занятых торговой деятельностью. В торговых организациях они представляют собой издержки обращения.

По статье «Управленческие расходы» отражаются общепроизводственные расходы, а также и общехозяйственные. В торговых организациях эта статья не заполняется.

По статье «Прибыль (убыток) от продаж» указывается финансовый результат от продажи продукции (товаров, работ, услуг). Если в итоге получится убыток, то его сумму показывают в круглых скобках.

В разделе «Прочие доходы и расходы» отражаются доходы и расходы, признанные организацией в бухгалтерском учете как прочие в соответствии с условиями, определенными для их признания в Положениях по бухгалтерскому учету ПБУ 9/99 «Доходы организации» и ПБУ 10/99 «Расходы организации» (в ред. приказов Минфина РФ от 30.12.1999 №107н, от 30.03.2001 №27н), и в сумме в соответствии с требованиями указанных положений. В этих положениях приводится и перечень операционных и внереализационных доходов и расходов.

По статье «Проценты к получению» отражаются операционные доходы в сумме причитающихся в соответствии с договорами процентов по облигациям, депозитам, по ценным государственным бумагам и т.п., за предоставление в пользование денежных средств организации, за использование кредитной организацией денежных средств, находящихся на счете организации в этой кредитной организации.

По статье «Проценты к уплате» отражаются операционные расходы в сумме причитающихся в соответствии с договорами к уплате процентов по облигациям, акциям, за предоставление предприятию в пользование денежных средств (кредитов, займов).

Доходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций и подлежащие получению по сроку в соответствии с учредительными документами, отражаются в составе прочих доходов в части операционных по статье «Доходы от участия в других организациях».

Остальные доходы и расходы, относящиеся в соответствии с установленным порядком к операционным доходам и расходам, отражаются по статьям «Прочие доходы» или «Прочие расходы».

Показатели финансовых результатов связаны друг с другом и прочими показателями, отраженными в форме № 2, определенными соотношениями, последовательность которых отражена на рисунке 1.

Формула расчета каждого из абсолютных показателей прибыли определяет направление анализа, так как содержит набор наиболее важных, влияющих на него факторов.

Рассмотрим систему последовательных вычислительных процедур для определения показателей прибыли, конечным итогом которой является показатель чистой прибыли.

Расчет валовой прибыли производится по формуле

$$P_B = N - S, \quad (1)$$

где N – выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг (без НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей);

S – себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг.

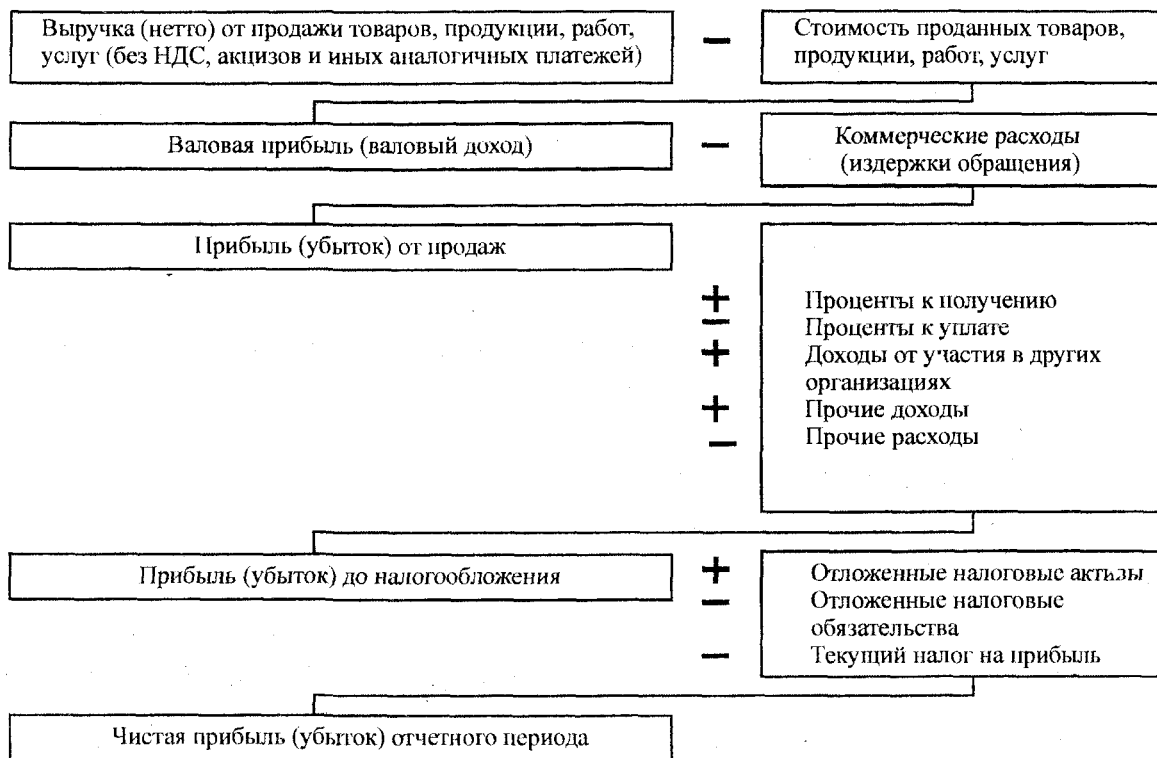


Рис. 1. Порядок формирования чистой прибыли торговой организации

При прочих равных условиях рост выручки от продажи и снижение себестоимости приводят к росту валовой прибыли и, наоборот, снижение выручки от продажи и рост себестоимости выражается в уменьшении валовой прибыли. Если выручка от продажи и себестоимость увеличиваются или уменьшаются на одинаковую величину, то валовая прибыль не изменяется.

Расчет прибыли от продаж и ее факторный анализ производится по формуле:

$$P_{\Pi} = N - S - KP - UP, \quad (2)$$

где KP – коммерческие расходы;

UP – управленческие расходы.

Согласно Положениям по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 и «Расходы организации» ПБУ 10/99 выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг является доходом от обычных видов деятельности, а себестоимость проданных товаров, коммерческие и управленческие расходы относятся к расходам по обычным видам деятельности. Поэтому прибыль от продаж равна разнице доходов и расходов по обычным видам деятельности.

Расчет прибыли до налогообложения производится по формуле:

$$P_H = P_{\Pi} + P_{\text{проч}}, \quad (3)$$

где $P_{\text{проч}}$ – сальдо прочих доходов и расходов.

Итоговым показателем формы №2 «Отчет о прибылях и убытках» является чистая прибыль отчетного периода. Именно чистая прибыль выступает в качестве основного источника пополнения собственного капитала, расширения масштабов деятельности организации и повышения ее финансовой устойчивости. Расчет чистой прибыли производится по формуле:

$$P_q = P_n + T^{кор}, \quad (4)$$

где $T^{кор}$ – сальдо отложенных налоговых активов и обязательств, скорректированное на величину текущего налога на прибыль.

Для расчета чистой прибыли можно использовать еще одну формулу (5), показывающую основные факторы ее формирования:

$$P_q = P_{\Pi} + P_{проч} + T^{кор}, \quad (5)$$

Формула (5) означает, что чистая прибыль организации складывается как алгебраическая сумма сальдо доходов и расходов по обычным видам деятельности (прибыли от продаж), сальдо прочих доходов и расходов и сальдо отложенных налоговых активов и обязательств, скорректированное на величину текущего налога на прибыль.

Факторный анализ на основе формулы (5) дает обобщенную картину влияния финансовых результатов различных видов деятельности организации (обычных видов деятельности и видов деятельности, связанных с формированием прочих доходов и расходов) на его конечный финансовый результат. С точки зрения устойчивости организации в перспективе целесообразно, чтобы основная часть доходов формировалась за счет основной деятельности, но не за счет прочих операций, носящих случайный характер. Если финансовые результаты организации во многом определяются величинами прочих доходов и расходов, необходим их подробный анализ и контроль. Для анализа прочей деятельности недостаточно информации отчета о прибылях и убытках, необходимы данные аналитического учета.

Проведем факторный анализ чистой прибыли торговой организации по формуле (5). Результаты анализа оформим в виде аналитической таблицы 1. Информационной базой анализа является форма № 2.

Таблица 1.

Анализ основных факторов формирования чистой прибыли торговой организации

Финансовые результаты различных видов деятельности	Абсолютные величины, тыс. руб.		Удельные веса (%) в чистой прибыли		Изменения	
	2005	2006	2005	2006	сумма	уд. вес, %
1. Сальдо доходов и расходов по обычным видам деятельности	5702	6049	131,0	184,9	+347	+53,9
2. Сальдо прочих доходов и расходов	97	-1029	2,2	-31,5	-1126	-33,7
3. Сальдо отложенных налоговых активов и обязательств, скорректированное на величину текущего налога на прибыль	-1447	-1748	-33,2	-53,4	-301	-20,2
4. Чистая прибыль (п.1+п.2+п.3)	4352	3272	100	100	-1080	-

Данные таблицы 1 показывают, что чистая прибыль на исследуемом предприятии сократилась с 4352 тыс. руб. в 2005 г. до 3272 тыс. руб. в 2006 г. Произошло это, прежде всего, за счет роста расходов и текущего налога на прибыль. Так, на 504 тыс. руб. увеличились проценты к уплате, и на 101 тыс. руб. налоги. Отложенные налоговые активы и обязательства отсутствуют как в прошлом, так и в отчетном годах.

Динамику финансовых результатов от различных видов деятельности можно представить в виде рисунка 2. Как видим, вследствие резкого сокращения финансового результата от прочей деятельности, чистая прибыль организации в отчетном периоде также имеет тенденцию к снижению.

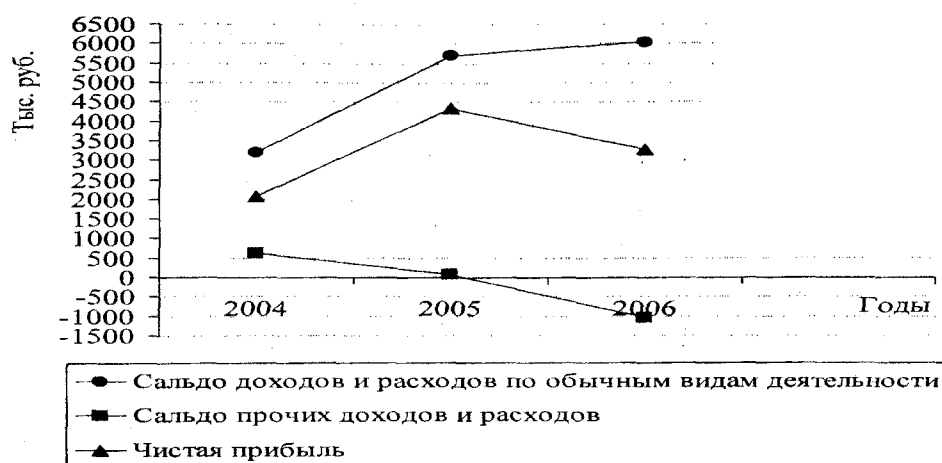


Рис. 2. Динамика финансовых результатов торговой организации за 2004-2006 гг.

Последующий анализ предполагает более детальное изучение каждого из основных факторов формирования чистой прибыли. Анализ каждого слагаемого прибыли имеет не абстрактный, а вполне конкретный характер, потому что позволяет учредителям, акционерам, администрации выбрать наиболее важные направления активизации деятельности организации. Для этого необходимо рассмотреть содержательную структуру доходов и расходов по обычным видам деятельности, а также прочих доходов и расходов (таблица 2).

Таблица 2.

Горизонтальный и вертикальный анализ доходов и расходов (в тыс. руб.)

Показатели	2005	2006	Отклонение	Темп роста, %	Структура, %		
					2005	2006	отклонение
Доходы по обычным видам деятельности	42581	48680	+6099	114,3	98,4	99,2	+0,8
Прочие доходы	696	406	-290	58,3	1,6	0,8	-0,8
Всего доходов	43277	49086	+5809	113,4	100	100	-
Расходы по обычным видам деятельности	36879	42631	+5752	115,6	98,4	96,7	-1,7
Прочие расходы	599	1435	+836	239,6	1,6	3,3	+1,7
Всего расходов	37478	44066	+6588	117,6	100	100	-

По данным таблицы 2 видно, что наибольший удельный вес в доходах и расходах организации занимают доходы и расходы от основной деятельности, результатом которой является прибыль от продажи. Поэтому прочие доходы являются частичным источником формирования чистой прибыли организации. В структуре доходов за отчетный период произошли незначительные изменения. Доля доходов по обычным видам деятельности увеличилась на 0,8 %, а прочих доходов снизилась на 0,8 %. Таким образом, доходность текущей деятельности растет. Среди расходов также произошли структурные изменения. Подавляющий удельный вес занимают расходы по обычным видам деятельности.

В настоящее время среди многих экономистов распространен критический взгляд на прибыль как критерий эффективности. Существует мнение, что рынок все больше ориентируется на наличные доходы, а не на прибыль, показанную в финансовой отчетности. Это связано с определенным субъективизмом в оценке составляющих финансовых результатов. В данном случае речь не идет о фальсификации данных учета, имеется в виду существующая свобода маневра, например, в формировании затрат, оценки запасов, методов амортизационного учета и т.д. Таким образом, самые разные, и притом совершенно законные методы учета, могут превратить убытки по отдельным статьям затрат в отчетную прибыль и наоборот.

Однако финансовые результаты по-прежнему имеют чрезвычайно большое значение для оценки эффективности деятельности и инвестиционной привлекательности организации. Основное направление в процессе повышения значимости прибыли при принятии управленческих решений состоит в точности и обоснованности представляемых в отчетности данных о реальных факторах роста прибыльности.

В заключении следует выделить проблему потоварной рентабельности. Анализ финансовых результатов проводится, как правило, в целом по организации. Издержки обращения отражаются в бухгалтерских регистрах без увязки со структурой товарооборота, отсюда отсутствуют данные об издержкостности, а, следовательно, рентабельности реализации важнейших товаров.

Сдвиги в структуре товарооборота могут снизить или повысить средние уровни издержек обращения и рентабельности, так как продажа отдельных товаров обеспечивает повышенную прибыль, а других, наоборот, завершается убытком. Это особенно проявляется при использовании единой усредненной торговой надбавки. А установление торговой надбавки, дифференцированной по товарным группам без выявления потоварной издержкостности, невозможно. Потоварные издержки служат основой для установления торговых надбавок. Последние призваны, во-первых, полностью покрывать затраты живого и овеществленного труда и, во-вторых, обеспечивать нормальную прибыльность (рентабельность) при реализации каждого товара. Поэтому проблема анализа потоварной доходности и рентабельности приобретает в условиях рыночных отношений возрастающее значение.

1. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / Под ред. О.В. Ефимовой, М.В. Мельник. М.: Омега-Л, 2004. 408 с.
2. Губин В.Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / В.Е. Губин, О.В. Губина. М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2006. 336 с.
3. Экономический анализ в торговле: учебное пособие / Под. ред. М.И. Баканова. М.: Финансы и статистика, 2004. 400 с.

Стеценко А.В.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ В СИСТЕМЕ АПК

Орловский государственный университет

Россия обладает значительными информационными ресурсами, соответствующими ее научно-техническому, экономическому, культурно-образовательному уровню. Однако организация, качество и структура информации, степень ее использования отстает от современных потребностей на потребительском рынке и в том числе в системе АПК.

В странах Европейского союза существует достаточно разветвленная сеть различных институтов и организаций, которые несут ответственность за информирование субъектов экономики.

Одной из самых крупных организаций, отвечающих за сбор, обработку и распространение информации, является Европейский консультативный комитет статистической и социальной информации (Comite Consultatif Européen de l'Information Statistique et Sociale; CEIES). Этот комитет был основан в марте 1992 г. Советом европейского сообщества для объединения всех субъектов экономической и социальной сферы ЕС. Субъекты мировой экономической и социальной сферы могут обращаться за статистикой и информацией разного рода. Этот комитет состоит из представителей, как научного мира, так и сферы бизнеса и практической деятельности (наемные рабочие, работодатели). Наряду с этим, членами CEIES также являются представители других статистических сообществ (так называемые национальные статистические институты). Работа CEIES состоит в определении прав различных сообществ, для координирования различных национальных и мировых статистических программ с целью минимизации издержек и увеличения рентабельности [1; С. 140].

Кроме того, предприятия аграрного сектора могут получить интересующие их данные через Информационную сеть сельскохозяйственного счета (Le Réseau d'Information Comptable Agricole;

RICA). RICA была создана в 1965 г. Европейской комиссией с целью наблюдения за эволюцией сельскохозяйственных предприятий. Однако RICA охватывает только те хозяйства, чей доход от реализации продукции превышает определенный показатель экономической активности.

Методология RICA включает три основных элемента [2]. Первый элемент – определенные области исследования. Он состоит исключительно из профессиональных сельских хозяйств. Совокупность сельскохозяйственных предприятий состоит также из хозяйств, которые имеют низкоприбыльное производство и не могут подтвердить право своего участия в исследованиях RICA. При определении выборки используется стандарт чистой выручки (Marge Brute Standard; MBS). Показатель MBS используется для измерения экономических параметров аграрных хозяйств и выражается в европейских единицах измерения (les unites de dimention europeenne; UDE). Этот показатель также используется для сбора информации в Eurostat о структуре аграрных хозяйств. MBS вычисляется следующим образом: стоимость продукции на гектар или поголовье скота минус стоимость факторов производства. Для каждого региона назначается свой показатель MBS в растениеводстве и животноводстве. Затем региональные филиалы на основе полученной эмпирической информации высчитывают MBS сельских хозяйств. Для избежания случайных погрешностей в определении величины коэффициента MBS используют среднее значение за трехлетний период.

Методика подсчета индекса экономического развития аграрных предприятий в UDE заключается в следующем:

- установление реального объема производства на данном предприятии;
- определение объема производства каждого вида продукции;
- объем производства каждого продукта умножается на MBS, соответствующий виду деятельности;
- затем суммируются MBS всех видов производств, которые существуют на данном предприятии. Таким образом высчитывается общий MBS (Marge Brute Standard Totale) для данного предприятия;
- конечный показатель экономического развития предприятия аграрного сектора определяется путем деления общего MBS предприятия на индекс UDE, который различается по странам ЕС.

Второй элемент – определение выборки хозяйств для проведения исследования.

Индекс UDE по странам ЕС на 2006 г.

Страна	Индекс	Страна	Индекс
Австрия	8	Италия	4
Бельгия	16	Кипр	1
Великобритания	16	Люксембург	8
Венгрия	2	Мальта	8
Германия	8	Польша	2
Голландия	16	Португалия	2
Греция	2	Словакия	6
Дания	8	Финляндия	8
Ирландия	2	Франция	8
Испания	2	Чехия	4

На практике статистические органы каждого государства обрабатывали полученную информацию и отправляли ее в Общественный Комитет RICA, где она стандартизировалась. Область исследования RICA характеризуется большим разнообразием изучаемых мероприятий. В процессе исследования участвуют и очень крупные предприятия, и совсем небольшие, различной специализации и технической оснащенности. Благодаря этому обеспечивается высокий уровень разнородности объекта исследования.

Третий элемент – система управления результатов исследования RICA-UE. Данная система основывается на принципе распределения: для каждого предприятия подсчитывается индекс удельного веса (значимости) в отрасли. Для его вычисления все предприятия выборки разделяют по трем переменным: количество регионов RICA, вид применяемой технологии и группа экономического развития. Индекс удельного веса определяется как совокупность этих трех переменных.

Таким образом, бухгалтерские данные собранные RICA позволяют иметь представление об изменениях экономических показателей в аграрном секторе. «Результаты исследования RICA охватывает практически всю совокупность сельских хозяйств. Также RICA исследует 95 % добавленной

стоимости в аграрном секторе, производимой 56 % сельскохозяйственными предприятиями ЕС» [3; С. 20].

Для усиления экономических и социальных связей в ЕС, Европейская Комиссия располагает четырьмя финансовыми инструментами, называемыми «Структурными фондами»:

- Европейский фонд развития и поддержки аграрного сектора (Fonds Européen d'Orientation et de Garantie Agricole; FEOGA);
- Европейский фонд регионального развития (Fonds Européen de Développement Regional; FEDER);
- Европейский социальный фонд (Fonds Social Européen; FSE);
- Финансовый фонд развития рыболовства (l'Instrument Financier d'Orientation de la Pêche; IFOP).

Эти четыре инструмента нацелены на уменьшение различия в развитии различных регионов ЕС и отставания наименее благоприятных регионов. В этом смысле FEOGA финансирует расходы на содержание рынков сельскохозяйственной продукции и на модернизацию аграрного сектора.

В функции FEOGA также входит:

- экономическая адаптация «отстающих» регионов;
- адаптация структуры коммерческого сбыта продукции аграрного и рыболовного секторов;
- экономическая диверсификация сельскохозяйственных зон.

Европейский фонд развития и поддержки аграрного сектора финансирует расходы, связанные с организацией рынков сбыта сельскохозяйственной продукции: ограничение экспорта продукции аграрного сектора из стран третьего мира и ограничение вмешательства, направленное на регулирование рынков продукции сельского хозяйства. Бюджет FEOGA представляет собой часть общих финансовых ресурсов Европейского Союза и насчитывает около 40 млрд. евро [4; С. 110].

Опыт большинства развитых стран показывает тесную связь между уровнем социально-экономического развития и результатами процесса информатизации. По данным Всемирного экономического форума Россия значительно отстает в соответствующих мировых сравнениях, по свободному индексу электронной готовности. В настоящее время предпринимаются попытки решить эти задачи в едином комплексе, поскольку существуют объективные основания для развития современной экономики на базе информации и включения России в глобальное информационное общество. А пока даже при наличии значительных информационных ресурсов, соответствующих научно-техническому, экономическому и культурному уровню России, она по организации, качеству и структуре информационных ресурсов, степени их использования отстает от современных потребностей рынка информационных продуктов и услуг.

В агропромышленном комплексе существуют неудовлетворенные потребности в полноценной деловой и профессиональной информации со стороны функциональной, управляющей, производственной подсистем, необходимой для принятия обоснованных решений по достижению стабильности и устойчивого развития.

1. Christophe Degryse, Dictionnaire de l'Union europeene (politique, institutions, programmes), Bruxelles, 1998. 340 с.

2. Электронный ресурс // Режим доступа: www.europa.eu.int/comm/agriculture/rica/index_fr.cfm

3. La situation d l'agriculture dans la Communauté-Rapport 1993. (Office des Publication officielles des Communautés europeenes, Bruxelles-Luxembourg 1994). 240 с.

4. Christophe Degryse, Dictionnaire de l'Union europeene (politique, institutions, programmes). Bruxelles, 1998. 350 с.

Шпакова А.В.

О РОЛИ И ПРИОРИТЕТАХ СОВРЕМЕННОЙ ТОРГОВЛИ

Брянский филиал Российского государственного торгово-экономического университета

В экономике народного хозяйства важное место принадлежит торговле, на долю которой приходится 2,4 % основных фондов и 16,8 % численности работников, занятых в экономике в целом. В последние годы значительно возрос удельный вес торговли в создании ВВП и ныне он составляет 10 %. В сфере торговли происходит наиболее быстрый оборот и приращение капитала. Она более устойчива, чем другие отрасли, пополняет бюджеты всех уровней денежными средствами. Торговля связывает производство с потреблением, способствует удовлетворению разносторонних потребностей людей.

Вопросы о роли торговли были в центре внимания ученых на всем протяжении развития человеческого общества. Еще древнегреческие философы: Ксенофонт (430-355 г. до н.э.), Платон (427-47 г. до н.э.), Аристотель (384-322 г. до н.э.) указывали на важность торговли и необходимость ее выделения в самостоятельную отрасль экономики.

При этом многие ученые доказывали отсутствие «продуктивности» торговой деятельности. В частности, такую точку зрения высказывали физиократы, А. Смит и К. Маркс. По мнению К. Маркса, в процессе круговорота торгового капитала (Д-Т-Д') не создается, а только реализуется прибавочная стоимость, созданная в сфере производства. Он считал, что торговая прибыль есть превращенная форма прибавочной стоимости, создаваемой рабочим классом в сфере материального производства. Эта ее часть, которую промышленные капиталисты уступают торговым капиталистам за то, что они осуществляют реализацию товаров. Далее, К.Маркс подразделяет издержки обращения на чистые и дополнительные. К чистым издержкам обращения относятся затраты, связанные непосредственно с превращением товарного капитала в денежный и денежного в товарный. Чистые издержки, которые в среднем составляют 2/3 всех издержек обращения, в целом непроизводительны. Только дополнительные издержки обращения К. Маркс считал производственными, поскольку операции по обработке, расфасовке и хранению товаров, доставки их в пункты реализации, продолжением процесса в сфере обращения [1].

Не случайно, поэтому в основу научной дискуссии в 1970-80-е гг. легло твердое мнение о делении труда торговых работников на производительный и непроизводительный. И только в 1990-е гг. в России, в условиях становления рыночных отношений, сформировалось мнение, что производство товаров теряет всякий смысл вне процесса реализации, последний надо рассматривать как завершение производственного цикла. Отсюда был сделан достаточно обоснованный вывод о том, что труд работников торговли является производительным.

Однако до сих пор вопрос о роли и значении торговли является дискуссионным. Большинство ученых рассматривают торговлю как форму товарного обращения, осуществляемую при помощи денег [2; 3]. С этим утверждением полностью согласиться нельзя. По нашему мнению, торговля - отрасль хозяйства и вид экономической деятельности, направленный на осуществление актов купли-продажи товаров, удовлетворение потребительского спроса и получение прибыли.

В контексте этого следует сказать о влиянии теорий абсолютного и сравнительного преимущества во внешней торговле на развитие внутренней торговли и экономические отношения. Это означает, что надо последовательно проводить структурную перестройку общественного производства с учетом природных и экономических условий регионов и затем осуществлять интенсивный обмен между ними. В результате этого все они и страна в целом получают значительную экономическую выгоду.

За последние годы в России произошло резкое увеличение торговых предприятий. Так, за период с 1991 по 2006 гг. торговая сеть России выросла в 1,5 раз и имеет в своем составе более миллио-

на предприятий. При этом сегодня 86 % из них находятся в частной собственности, на долю государственной и муниципальной собственности приходится 2 %, смешанной 12 %.

Процессы концентрации капитала в сфере обслуживания приводят к созданию торговых комплексов и моллов, супер- и гипермаркетов с современными технологиями. Интеграционные процессы проявляются при интеграции различных предприятий с предприятиями других отраслей, и в результате появляются торговые, торгово-финансовые группы и торгово-промышленные объединения. Примером является «Менатеп», «Альфа», «ЛогоВаз», «Перекресток», «Техносила» и другие.

В новых экономических условиях для успешной работы торговых предприятий необходима активная коммерческая и инновационная деятельность. Причем качество коммерческой деятельности зависит главным образом от умения вести активный поиск и находить необходимые товары у различных потребителей по более низким ценам, уметь быстро продавать эти товары. Сегодня коммерсант должен владеть искусством вести коммерческие переговоры с партнерами, хорошо разбираться в потребительских свойствах и методах качественной экспертизы товаров, хорошо знать основы маркетинга и менеджмента.

Таким образом, подразумевается наличие предпринимательского начала в коммерческой деятельности. Как указывал Й. Шумпетер: «быть предпринимателем, - значит делать не то, что делают другие и не так, как делают другие. Нужно обладать особым воображением, даром предвидения, постоянно противостоять давлению рутины. Нужно быть способным найти новое и использовать его. Нужно уметь рисковать, преодолевать страх и действовать вне зависимости от происходящих процессов - самому эти процессы регулировать». [4; С. 169-170]. Следовательно, производственная деятельность предпринимателя в значительной степени сопряжена с риском и возможным недополучением дохода. Тем не менее, только посредством разумного риска, предприниматель может более полно реализовать свой личностный потенциал. Но при этом, конечно, он должен опираться на знание экономических, естественных и других законов, на должный фундамент своей информированности. Получение максимальной прибыли - это конечная цель любой коммерческой деятельности, которая достигается через реализацию следующих установок: снижение издержек обращения; увеличение объема товарооборота; улучшение ассортимента товарооборота с учетом потребительского спроса и прибыльности товаров.

Для характеристики экономической эффективности товарного предприятия необходимо знать не только абсолютную величину прибыли, но и ряд других показателей. Рентабельность торгового предприятия определяется: 1) как отношение прибыли к товарообороту (рентабельность продаж) и 2) как отношение прибыли к издержкам обращения.

В 2006 г. резко повысились финансовые результаты торговли: по сравнению с предыдущем годом сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток) отрасли вырос почти в 2 раза и превысил 1 триллион рублей. Уровень рентабельности коммерческой деятельности достиг 10,1 %.

Однако при этом почти 23 % торговых предприятий окончили год с убытком.

По результатам обследования, проведенного Федеральной службой государственной статистики, более 6 % торговых работников оценивают свое экономическое положение в розничной торговле ниже нормального уровня. По мнению респондентов среди факторов, ограничивающих деловую активность организаций розничной торговли, наиболее важными были следующие: недостаточный платежеспособный спрос (51 % от общего числа респондентов); высокий уровень налогов - 49 %; недостаток собственных финансовых средств - 43 %; высокая арендная плата - 32 %; высокие транспортные расходы - 28 %; высокий процент коммерческого кредита - 24 %; недостаточный ассортимент - 12%; недостаток торговых, складских помещений - 11 % [5; С. 562].

Для повышения своей конкурентоспособности фирмы осуществляют инновационную деятельность. При этом конкуренция способствует превращению рыночных отношений в систему экономического принуждения к высокоэффективному труду. В то же время конкуренция в области инноваци-

онной деятельности - это своего рода конкурс научно-технических, социально-экономических новшеств на основе обязательной их экспертизы.

Инновационная стратегия - это одно из радикальных средств достижения целей организации в условиях высокого уровня неопределенности ожидаемых результатов, инвестиционных рисков проектов. Она подразделяется на несколько крупных групп: продуктовые (направленные на создание и реализацию новых изделий, технологий и услуг); функциональные (научно-технические, производственные, маркетинговые, сервисные); ресурсные (финансовые, трудовые, информационные, материально-технические); организационно-управленческие (методы системы управления) [6].

Теория и практика стратегического управления выполнила ряд универсальных стратегий, получивших название базовых или эталонных. Они направлены на развитие конкурентоспособности фирмы, в силу чего их называют стратегиями развития или стратегиями роста. В их состав входят стратегии интенсивного, интеграционного и диверсификационного развития. При интенсивном развитии происходит наращивание потенциала организации за счет лучшего использования внутренних и внешних возможностей. Интегральное развитие связано с организационно-управленческими инновациями и направлено на структурные преобразования. Диверсификационное развитие имеет целью создание новых продуктов и технологий в дополнение к существующим.

Проектирование инвестиционных преобразований предусматривает определенную последовательность в выборе и реализации инновационной стратегии: от постановки конечной цели до ее практической реализации. После решения всех вопросов инвестиционного проекта, последний получает окончательное оформление в виде плана, т.е. планируются все конкретные работы с заданными сроками выполнения, ответственными исполнителями и обоснованными затратами. Инновационная деятельность имеет важное значение для всех отраслей экономики, в том числе и торговли. Широкое использование достижений научно-технического прогресса способствует повышению культуры торговли, создает условия для совершенствования техники и организации труда в отрасли. Важнейшими направлениями научно-технического процесса в торговле являются следующие:

1. концентрация торгового капитала и создание крупных предприятий инвестиционного типа;
2. индустриализация строительства торговых предприятий с использованием современных технологий;
3. механизация и автоматизация трудоемких работ;
4. электронизация торговых операций;
5. рационализация процессов продвижения товаров от производителей к потребителям на основе научных положений логистики.

Следует отметить, что в торговле до сих пор остается низким уровень механизации труда. Особенно больших затрат требует погрузочно-разгрузочные и складские работы. Многие операции (фасовка, внутреннее перемещение товаров) выполняются вручную. Поэтому актуальной задачей является оснащение оптовых баз, складов, магазинов современными средствами для транспортировки, складирования, погрузочно-разгрузочных и других технологических операций с грузами. Магазины должны оснащаться также высокопроизводительным оборудованием, машинами для нарезки и вакуумной упаковки гастрономических товаров. Все более широкое развитие получает электронная коммерция. В широком смысле она означает электронный способ ведения деловой активности с использованием информационных и телекоммуникационных технологий [6].

Конечно, сегодня необходима более действенная государственная поддержка предпринимательской и инновационной деятельности во всех сферах экономики, в том числе и в торговле. Речь идет, во-первых, о создании законодательства, адекватного рыночному хозяйству. В период становления и развития рыночных отношений, целесообразно, чтобы государственное регулирование торговли, как на федеральном уровне, так и на региональном осуществлялась на основе специального правового акта, а именно, Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», проект которого поступил в Государственную Думу на

рассмотрение. Такое регулирование не противоречит принципам рыночной экономики особенно в период ее становления. Законопроект позволит разграничить предметы ведения органов исполнительной власти всех уровней по вопросам организации торговли, а также установит конкретные цели государственного регулирования в области торговой деятельности:

- 1) обеспечение единства экономического пространства на территории РФ;
- 2) развитие торговой деятельности в РФ, в том числе по средствам государственной поддержки торговой деятельности и развития конкуренции;
- 3) повышение качества обслуживания и доступности товаров в местах проживания граждан;
- 4) установление единого порядка организации и осуществления торговой деятельности на всей территории РФ;
- 5) обоснованность, объективность и предсказуемость применения методов государственного регулирования торговой деятельности [7].

Методами государственного регулирования торговой деятельности должны стать:

- 1) определение требований к организации и осуществлению торговой деятельности;
- 2) антимонопольное регулирование в области торговой деятельности;
- 3) государственное регулирование цен или наценок на отдельные виды продовольственных товаров первой необходимости;
- 4) информационное обеспечение в области торговой деятельности.

Государственная поддержка торговой деятельности должна осуществляться посредством:

- 1) предоставления налоговых льгот в соответствии с законодательством РФ о налогах и сборах;
- 2) развития и совершенствования системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников торговли, формирования рынка труда на профессиональной основе;
- 3) реализация региональных и муниципальных программ в области развития торговли и конкуренции в торговле.

Такая систем мер позволит обеспечить сбалансированное развитие всех звеньев сферы торговли, так как она нацелена на создание полноценной социально-ориентированной рыночной среды, наиболее полное удовлетворение спроса населения на потребительские товары, услуги торговли в широком ассортименте, по доступным ценам и в пределах территориальной доступности, при гарантируемом качестве и безопасности.

1. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. Т. 25. Ч. 1.
2. Экономика торгового предприятия: торговое дело: Учебник / Под ред. Л.А. Брагина. М.: Инфра-М. 2006. 314 с.
3. Экономика торгового предприятия. Учебное пособие / Автор-составитель М.Н. Греховодова. Ростов н/Д: «Феникс», 2001. 192 с.
4. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 455 с.
5. Российский статистический ежегодник. 2007: Стат.сб. / Росстат. М., 2007. 826 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2007. 448 с.
7. Проект ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» Официальный сайт Минэкономразвития [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.economy.gov.ru

Щербаков Д.А.

МЕТОДЫ ПРЕВЕНТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ И РАЗРАБОТКА ИННОВАЦИОННОЙ ПРЕВЕНТИВНОЙ АНТИКРИЗИСНОЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

Орловский государственный технический университет

Современные управленческие технологии базируются на использовании экономических моделей, которые ориентированы на стабильную рыночную или административно-командную экономику. При таком подходе в процессе построения экономических моделей вносятся элементы субъективизма самого исследователя. Особенно это опасно для экономики переходного типа, которая гораздо сложнее. Поэтому существующие модели оказываются малоэффективными или совсем нерабочими. Как правило, они не могут дать адекватное пояснение происходящим процессам. Проведенное исследование позволяет провести сравнительный анализ традиционного подхода к управлению предприятиями с системой антикризисного управления (таблица 1).

Таблица 1

Сравнительная характеристика традиционного и антикризисного управления

Параметр сравнения	Традиционное управление	Антикризисное управление
1	2	3
Условия деятельности предприятия	- невысокий темп изменений; - предсказуемость ситуации; - управленческие проблемы (повторяющиеся, знакомые).	- высокий темп изменений; - непредсказуемость ситуации; - управленческие проблемы (неповторяющиеся, новые).
Цели деятельности предприятия	традиционная цель – получение максимума прибыли.	- антикризисные цели, связанные с ликвидацией причины кризисных тенденций или их последствий; - критерии – минимизация времени, минимум потерь при преодолении кризисных тенденций.
Решение управленческих проблем	- реакция в ответ на возникшую проблему; - ориентация на прошлый опыт.	- предвидение и возможное преодоление проблем; - творческий поиск, ориентация на прошлый опыт, как правило не имеет смысла.
Организация ресурсов для достижения целей	жесткая структура.	маневренная (гибкая) структура на основе распределения ресурсов в соответствии с антикризисными приоритетами.
Характер управленческой информации	- регламентированные информационные потоки - точная, избыточная информация	- зависимость информационных потоков от складывающейся кризисной ситуации; - недостоверная, недостаточная информация.
Организационная структура управления	- стабильная или экстенсивно изменяющаяся; - четкое распределение функций на длительный период; - узкая функциональная направленность.	- гибкая, меняющаяся в соответствии с антикризисными приоритетами; - отсутствие четкого распределения функций на длительный период; - широкая и частично непредсказуемая область действий.
Система поощрений	поощрения за стабильность и эффективность.	поощрения за инициативу.
Стиль руководства	умение установить единство подходов.	умение вдохновить людей на восприятие изменений.

Стабилизация деятельности предприятия в кризисный период является необходимым условием вывода предприятия из кризиса, на этом этапе необходимо локализовать и минимизировать возможные последствия рискованной политики заимствования, которая привела к низкому качеству финансового состояния (рисунок 1).

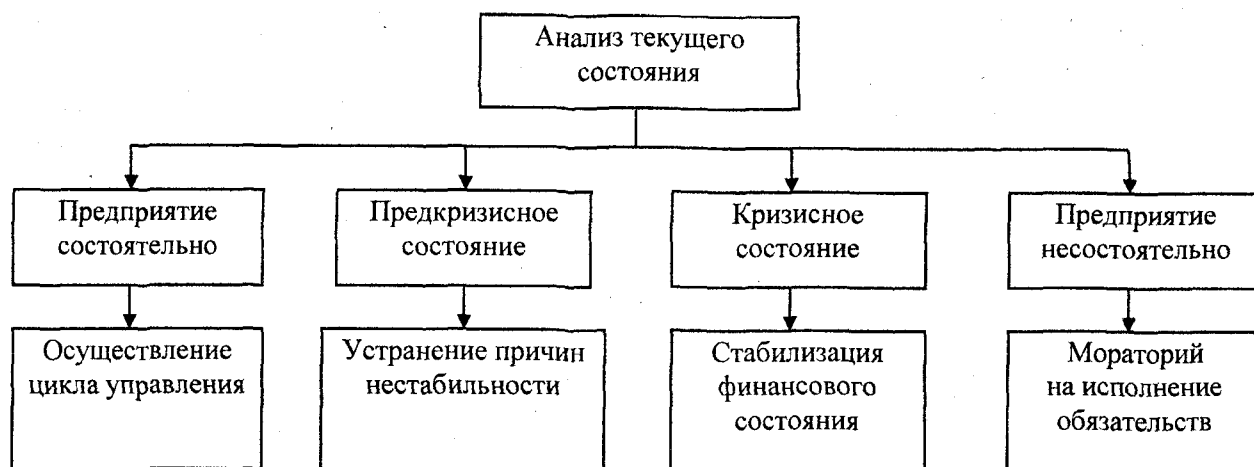


Рис. 1. Процесс стабилизации финансового состояния

Таким образом, моделирование переходной экономики очень сложно в методологическом и теоретическом аспектах. Он требует критического осмысления и рационального использования существующих наработок и создания новых концепций использования соответствующего инструментария.

Основную цель, в данном случае, можно определить, как выработка эффективной государственной стратегии, направленной, прежде всего, на устойчивое увеличение темпов экономического роста, максимальную занятость, минимизацию инфляции, стимулированию высокопроизводительного труда, а также сглаживания социального неравенства.

Главное – рост производства при четко обозначенных приоритетах в развитии тех отраслей, где имеются наиболее существенные научно-технические заделы для перехода к выпуску конкурентоспособной продукции.

Таким образом, важнейшим приоритетом остается восстановление управляемости в экономике, скоординированное, комплексное и целенаправленное использование всех прямых и косвенных методов государственного регулирования.

В качестве одной из приоритетных задач, стоящих перед сегодняшней экономикой, является переосмысление и, на основании этого, выработка основных принципов эффективной агропромышленной политики. Структурные преобразования в аграрном производстве регулируются с помощью бюджетной, кредитной, налоговой, торговой и научно-технической политики, системы госзаказов, а также через управление государственной собственностью и мерами административного контроля. Для этого используется широкий спектр инструментов: прямые государственные капитальные вложения, целевое субсидирование, предоставление льготных займов, заключение контрактов, прямые государственные закупки, система протекционизма, налоговые льготы и скидки, правила и нормы амортизации, целевые государственные программы.

Одним из ключевых препятствий на пути реформирования является традиционный для экономики последних десятилетий дефицит финансовых средств, поэтому эффективное регулирование призвано обеспечить аккумулирование финансовых ресурсов (государства, предприятий, банковской системы, нерезидентов) для реализации структурной политики.

Одна из основных причин, усугубляющих кризисное состояние нашей экономики связана со «специфическими» мерами в процессе реализации процедуры управления кризисными предприятиями, а именно их бесконтрольное и бесконечное дробление, в то время, как супериндустриальные экономики характеризуются образованием мощных иерархически построенных технологических систем. Во главе каждой из таких систем, как правило, стоит крупный многоотраслевой транснациональный концерн, имеющий черты холдинга. Неубедительны аргументы, что в интересах муниципального образования оказывается скорейшее фактическое закрытие производства-банкрота с тем, чтобы быстрее

распродать могущие быть использованными в малом бизнесе элементы его имущественного комплекса и тем самым дать импульс восстанавливающему рабочие места местному малому бизнесу.

Зарубежный опыт свидетельствует, что повышение производительности труда происходило не путем технологических прорывов, а на основе реализации национальных целевых программ ресурсосбережения и поддержки инноваций.

В комплексе превентивных мер важное место занимает кадровая политика. Основные принципы в управлении персоналом фирмы сводятся к четкой формулировке системы трудовых отношений с работниками предприятия, а также оптимизация таких отношений с носителями технологического и коммерческого ноу-хау фирмы. В ситуации, когда большинство российских предприятий ежедневно сталкивается с проблемой дефицита финансовых ресурсов, экономически оправдан перевод максимальной части персонала из категории оплачиваемых повременно в категорию оплачиваемых сдельно-прогрессивно или сдельно-премиально и внедрение прогрессивных и быстродействующих приемов повышения эффективности труда той части персонала, чья заработная плата остается элементом постоянных (условно-постоянных) расходов предприятия.

Разработка эффективной агропромышленной политики на микроуровне предполагает, главным образом, реализацию стратегии диверсификации. В зависимости от возможностей предприятия, а также поставленных целей, предприятие может остановить выбор на консервативной или радикальной стратегии и соответствующей каждой из них тактике – наступательной или оборонительной. Особую роль занимают сопутствующие цели: свертывание структурно-депрессивных производств и освобождение предприятий от техники, срок эксплуатации которой давно истек; перегруппировка основных фондов предприятий, которую наравне с их перепрофилированием целесообразно осуществлять в рамках слияния и поглощения производств, о чем уже говорилось ранее (таблица 2).

Таблица 2

Меры превентивного микрорегулирования экономики

Основные принципы	Реализация основных принципов
1	2
Производственная политика	
Экономически и научно обоснованная реорганизация на инновационно-креативное производство	<p>а) Продуктивные инновации:</p> <ul style="list-style-type: none"> - комплексная диверсификация производства; - усиление роли маркетинговых служб и переориентация на перспективные рынки сбыта; - переориентация на ресурсосберегающее производство продукции. <p>б) Технологические инновации:</p> <ul style="list-style-type: none"> - техническое перевооружение; - усиление влияния НТП на функционирование всех подсистем предприятия.
Институциональная политика	
Трансформация оргструктуры и системы управления в соответствие с требованиями эффективного функционирования предприятия	- переход от низко эффективных традиционных форм и принципов управления к превентивным менеджмент технологиям в целях повышения управляемости.
Кадровая политика	
Максимально эффективное использование кадрового потенциала с соблюдением принципов справедливости и оптимального соотношения темпов роста производительности труда и его оплаты	<ul style="list-style-type: none"> - жесткая регламентация трудовых отношений, форм и размеров оплаты труда - использование широкого спектра экономических инструментов для стимулирования высокопроизводительного труда; - возрождение системы материального поощрения творческой активности; - создание благоприятных условий для роста производительности труда.
Финансовая политика	
Обеспечение необходимой базы для устойчивого функционирования и развития предприятия	- синхронизация всех ключевых бизнес-процессов.

Отдельного пристального внимания требует вопрос обоснования принципов и механизмов реализации мер превентивного управления на так называемом мезоуровне, а именно принципов взаимоотношений предприятия с его непосредственным окружением. Особую роль в этом процессе занимает позиция местных властей.

В целом региональная политика поддержки предприятий может сопровождаться:

- «замораживанием» долгов предприятий в региональный бюджет при условии выполнения плана текущих платежей на базе взаимных обязательств предприятий и региона;
- ежегодной закупкой продукции у предприятий на основе региональных заказов и долгосрочных договоров с гарантированными условиями финансирования при условии обеспечения конкурентоспособности региональной продукции;
- обеспечением гарантии региональной власти под предоставление инвестиций с участием в управлении региона во время освоения капитальных вложений;
- обеспечение льготного кредитования предприятий, имеющих стратегическое значение для региона;
- обеспечением передачи неиспользуемых зданий, оборудования и транспорта в лизинг.

Осуществляя меры превентивного управления нельзя забывать о непростых стартовых условиях, в которых находится сегодня большинство отечественных предприятий, имеется ввиду глобальная проблема неплатежей и взаимной задолженности, которую большинство предприятий пытается решить, используя разного рода суррогаты и прочие механизмы, которые лишь усугубляют и без того критическое состояние российской платежной системы. Необходим пересмотр принципов, по которым должна осуществляться реструктуризация задолженности предприятий перед разными группами кредиторов и применение дифференцированного подхода к применению различных процедур в зависимости от целого ряда причин.

Таким образом, осуществление многоуровневого превентивного управления выдвигает основным требованием научно обоснованное и экономически целесообразное комплексное воздействие на все составляющие системы и подсистемы одновременно на макро-, мезо- и микроуровнях. Только в этом случае реализация эффективной национальной стратегии позволит достичь положительного эффекта в процессе достижения цели восстановления отечественной экономики.

Процесс управления устойчивостью функционирования и развития предприятия базируется на комплексном исследовании и планировании производственной деятельности всех составляющих производственной системы. Реализация комплексного подхода к планированию и анализу производственно-хозяйственной деятельности предприятия наиболее полно представлена концепцией логистики. Особенностью логистической системы является ее способность оптимизировать в пространстве и во времени все процессы, происходящие в производственной системе, с целью увеличения ее функционирования.

На основе многостороннего изучения данной проблемы можно сделать вывод о принципиальной возможности исследовать, структурировать и реализовать антикризисные процессы на предприятии в рамках специально создаваемых превентивных антикризисных программ, выражающих своей технологией функционирования, методическим аппаратом и специально подготовленным персоналом. Антикризисная программа – это инструмент планирования финансово-экономических, технических и управленческих мероприятий по реформированию предприятия в целях восстановления его платежеспособности и повышения конкурентных преимуществ.

Состав и структура антикризисной программы зависят в основном от масштабов предприятия и сферы его функционирования. По мнению автора, превентивная антикризисная программа предприятий АПК должна иметь следующий состав и структуру (таблица 3).

Типовая модель инновационной превентивной антикризисной программы предприятий АПК.

Основные структурные блоки антикризисной программы	Методы, механизмы, инструментарий
1	2
Программа кадрового и научного обеспечения предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Качественная кадровая политика, обеспечение предприятия молодыми кадрами специалистов; 2. Проведение специальных курсов лекций и практических занятий по проблемам антикризисного управления; 3. Практическое использование информации, предоставляемой консультационной службой АПК региона; 4. Внедрение законченных НИР в работу предприятия.
Программа мониторинга и прогнозирования финансово-экономического состояния предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мониторинг систем и способов управления, планирования и организации производства; 2. Мониторинг стратегических вариантов развития, инвестиционных и инновационных проектов; 3. Мониторинг рекомендаций по повышению эффективности сельхозпроизводства с учетом региональных особенностей и изменения внешней среды; 4. Сбор, аналитическая обработка производственной, рыночной, нормативно-правовой и др. информации; 5. Мониторинг программ улучшения жизни сельского населения.
Программа структурной перестройки производства на основе концепции диверсификации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегический маркетинг; 2. SWOT-анализ; 3. Стратегическое планирование; 4. Экспертно-социологические методы; 5. Методы прогнозирования и моделирования.
Программа управления издержками	<ol style="list-style-type: none"> 1. Маркетинг продукции поставщиков; 2. Функционально-стоимостной анализ; 3. Управленческий учет.
Программа повышения эффективности технологий	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мониторинг научно-технических разработок по профилям деятельности; 2. Патентные исследования; 3. Анализ конкурентов и бизнес-разведка; 4. Собственные разработки.
Программа повышения эффективности персонала на основе целевой мотивации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Система подбора персонала; 2. Методы формирования эффективных управленческих команд; 3. Методы управления социально-психологическим климатом; 4. Рейтинговая оценка персонала и целевая мотивация по коэффициентам делового вклада; 5. Участие в прибыли организации.
Программа повышения эффективности использования основных фондов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Методика оценки соответствия структуры основных фондов производственной программе; 2. Мониторинг новой техники.
Программа управления финансами	<ol style="list-style-type: none"> 1. Система комплексной диагностики; 2. Методы управления структурой капитала; 3. Методы управления дебиторской и кредиторской задолженностями; 4. Методы оптимизации направлений использования капитала; 5. Система контроля и моделирования финансовых результатов; 6. Система управления финансовыми потоками.

Предложенная модель является типовой и охватывает важнейшие блоки и механизмы их реализации. Весь комплекс указанных мероприятий или отдельные структурные блоки программы применяются в зависимости от состояния конкретного предприятия и поставленных перед руководством целей.

III. ПРОБЛЕМЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Бутенко И.В., Козик А.В.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АНАЛИЗА ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ И ОЦЕНКА ТЕНДЕНЦИЙ И ПЕРСПЕКТИВ ИХ РАЗВИТИЯ В ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Орловский государственный институт экономики и торговли

Темпы становления новой системы хозяйствования в российской экономике зависят не только от наличия природных богатств, но и от того, насколько развит, востребован и активно реализуется ее трудовой потенциал. Обеспечение расширенного воспроизводства трудовых ресурсов сегодня - это не только средство и условие развития общественного производства, но и приоритетная цель качественного улучшения современного российского общества. Реализация данной цели возможна путем реформирования, прежде всего, системы управления, в том числе управления трудовыми ресурсами, процессом их воспроизводства, условий, формирующихся в стране, регионе посредством рационального регулирования социально-экономических отношений. Данная цель в эффективной рыночной экономике становится необходимым фактором. В то же время, когда первостепенное значение имеют качественные факторы экономического роста, подход к рассмотрению трудовых ресурсов без учета его региональной специфики не обеспечивает выработки эффективных управленческих воздействий, включающих новые аспекты развития трудовых ресурсов региона, заключающихся в преобразовании и изменении структуры их количественных и качественных компонентов согласно общему процессу трансформации.

Категория «трудовые ресурсы» была впервые введена в научный оборот и практику планово-учетной работы в 1922 г. академиком С.Г. Струмилиным. Введение категории «трудовые ресурсы» в научный оборот не было случайным и обусловлено ходом социально-экономического строительства, когда большие массы населения перемещались в города и районы нового экономического освоения. При этом они рассматривались преимущественно с количественной точки зрения как один из видов естественных ресурсов, необходимых для общественного производства.

Статистика трудовых ресурсов является важной составной частью социально-экономической статистики. Она занимается количественной характеристикой закономерностей массовых явлений и процессов в области воспроизводства трудового потенциала общества и эффективности его использования. К основным направлениям статистического изучения трудовых ресурсов можно отнести характеристику объема, состава, движения, состояния, развития и использования трудовых ресурсов.

Негативные тенденции и перспективы демографического развития, ухудшение состояния здоровья населения, окружающей среды и многие другие неблагоприятные социально-экономические факторы выдвигают на первый план задачу совершенствования статистического анализа трудовых ресурсов посредством пополнения системы статистических показателей, позволяющих оценить источники, условия формирования, деятельность, состояние, движение, воспроизводство, а также результаты развития трудовых ресурсов.

Проблемы, количественные пропорции, качественные характеристики и перспективы воспроизводства трудовых ресурсов одного региона не являются общими для других регионов, а также для России в целом. Территориальная спецификация, концентрация и внутрорегиональные особенности зависят от конкретных условий: экологической ситуации, природно-ресурсного потенциала, экономико-географического положения и определяют специфику системы показателей трудовых ресурсов. Следует иметь в виду, что не может быть разработана одна единственная система показателей трудовых ресурсов, отвечающая задачам любого статистического исследования на региональном уровне.

Системы статистических показателей должны быть проблемно-ориентированными, т.е. формироваться исходя из поставленных целей и выявленных информационных потребностей, на основе предварительного теоретического анализа изучаемого предмета. Системы показателей трудовых ресурсов отличаются целевым предназначением для потребностей управления региональной экономикой и социальной сферой.

Анализируя трудовые ресурсы и учитывая все стадии воспроизводственного цикла, целесообразнее учесть важнейшие факторы развития, а также дать наиболее полную характеристику процесса и результатов развития трудовых ресурсов. В связи с этим предлагаемая система показателей оценки трудовых ресурсов должна включать в себя три подсистемы: подсистему показателей факторов развития, подсистему показателей процесса развития и подсистему показателей результатов развития трудовых ресурсов (рисунок 1).

Другим важнейшим направлением анализа трудовых ресурсов является не только их изучение в динамике, что предполагает оценку фактического изменения уровней, выявление тенденций и закономерностей их развития, но и построение на их основе прогнозов – продление таких закономерностей на будущее. Прогнозирование возможных в будущем значений признаков изучаемого объекта – одна из основных задач статистической науки. Прогнозирование ситуации, складывающейся на рынке труда, приобретает еще большее значение в условиях нарастающего демографического кризиса, как в России, так и за рубежом. Динамика демографических показателей в стране или в отдельном регионе разной интенсивностью воздействует на все фазы воспроизводства трудовых ресурсов.

Процессу прогнозирования трудовых ресурсов должен непосредственно предшествовать полный и качественный статистический анализ сложившейся демографической ситуации, определения закономерностей и тенденций ее изменения. В процессе анализа определяется влияние факторов на изменение демографической ситуации.

Источником информации для анализа являются данные территориальных органов Федеральной службы государственной статистики, данные периодически проводимых переписей населения, единовременного учета численности работников предприятий и организаций всех форм собственности, статистическая отчетность, выборочные обследования занятости трудоспособного населения, сведения о количестве и структуре рабочих мест, балансы трудовых ресурсов, результаты специально проводимых исследований.

Экономические и социальные результаты, воздействуя на источники и условия развития трудовых ресурсов, становятся факторами их развития. По нашему мнению, предлагаемая система статистических показателей трудовых ресурсов призвана наиболее полно и детально отобразить все стадии развития, деятельности и воспроизводства трудовых ресурсов, а также выявить факторы, воздействующие на перспективную их численность.

На основании предложенной системы показателей трудовых ресурсов и имеющихся статистических данных по Орловской области [1, 2] был выполнен комплексный анализ динамики показателей системы.



Рис. 1. Система статистических показателей оценки трудовых ресурсов.

В основу формирования гипотезы изменения численности трудовых ресурсов Орловской области на перспективу заложена тенденция снижения их численности. Это объясняется негативной динамикой показателей, тренды которых представлены в таблице 1.

Тренды статистических показателей факторов, процесса и результатов развития трудовых ресурсов Орловской области

Устойчивый рост	Устойчивое снижение	Нет четкой тенденции
Численность населения в трудоспособном возрасте Уровень смертности Уровень рождаемости Уровень брачности Мощностъ медицинских учреждений Численность врачей Уровень заболеваемости Численность обратившихся лиц по вопросам трудоустройства Численность трудоустроенных граждан Численность занятых пенсионеров Общая численность инвалидов Численность инвалидов в трудоспособном возрасте Численность пенсионеров-льготников в труд. возрасте ВРП в текущих ценах Показатели доходов Показатели расходов Среднемесячная заработная плата	Общая численность населения области Численность населения моложе трудоспособного возраста Ожидаемая продолжительность жизни Сальдо миграции населения Сальдо миграции в трудоспособном возрасте Общая численность трудовых ресурсов Численность занятых лиц в трудоспособном возрасте Численность больничных учреждений Количество коек на 10000 человек населения Уровень трудовой активности трудовых ресурсов Коэффициент воспроизводства трудовых ресурсов	Уровень рождаемости Численность населения старше трудоспособного возраста Объем выбросов загрязняющих веществ

Произведенный расчет статистических показателей трудовых ресурсов и анализ их динамики свидетельствуют о неблагоприятных перспективах воспроизводства трудовых ресурсов Орловской области при условии сохранения существующих основных тенденций развития важнейших демографических явлений и процессов. Все вышеприведенные тенденции изменения социально-демографических показателей, отражающиеся на численности и составе трудовых ресурсов, необходимо своевременно выявлять и измерять их влияние в целях выбора наиболее правильной стратегии в области социально-демографической политики на региональном уровне.

В результате проведенного исследования установлено, что показатели каждой из трех подсистем трудовых ресурсов прямо или косвенно, сразу же или с некоторым запаздыванием воздействует на численность трудовых ресурсов. В связи с этим, необходимо выделить три группы показателей, различающихся характером воздействия на численность трудовых ресурсов (рисунок 2).



Рис. 2. Статистические показатели, воздействующие на численность трудовых ресурсов

Таким образом, наибольший интерес с точки зрения воздействия на численность трудовых ресурсов вызывают показатели первой группы, динамика которых представлена в таблице 2.

Таблица 2.

Динамика показателей, оказывающих наибольшее воздействие на численность трудовых ресурсов

Годы	Трудовые ресурсы, тыс. чел.	Умершие в трудоспособном возрасте, чел.	Сальдо миграции в трудоспособном возрасте, чел.*	Инвалиды, чел.	Пенсионеры-льготники, тыс. чел.	Занятые за пределами трудоспособного возраста, тыс. чел.*
1990	531,8	2733	3541	5559	3,4	46,7
1991	530,8	2896	-1182	6468	5,2	48,1
1992	529,4	3030	7357	9709	6,4	47,6
1993	516,8	3720	8069	10363	7,3	33
1994	509,2	4030	7183	9156	7,9	24,7
1995	502,3	3930	3952	9908	8,2	21,1
1996	496,8	3584	3030	8043	11,2	17
1997	496,9	3277	2872	7110	10,9	8,9
1998	499,9	3237	2871	7295	12	7,8
1999	539,4	3403	1982	6305	12,5	39,4
2000	536,3	3826	1321	6092	15,3	32,2
2001	535,1	3971	1123	6603	12,4	30,903
2002	535,3	4061	612	6684	9,7	30,967
2003	534,5	4240	-160	6713	9,8	32,8
2004	527,3	4352	-177	9344	9,8	36,8
2005	524,2	4535	-297	11999	10,2	36,1

* рассчитано авторами

Одним из важнейших направлений анализа социально-экономических явлений и процессов является не только их изучение в динамике, что предполагает оценку фактического изменения уровней, выявление тенденций и закономерностей их развития, но и построение на их основе прогнозов – продление таких закономерностей на будущее. Процессу прогнозирования трудовых ресурсов должен непосредственно предшествовать полный и качественный статистический анализ сложившейся демографической ситуации, определение закономерностей и тенденций ее изменения.

В данной работе в целях определения зависимости численности трудовых ресурсов от определенного набора факторных показателей, а также прогнозирования перспективной численности трудовых ресурсов Орловской области была применена методика построения многофакторной модели и выполнен корреляционно-регрессионный анализ. В процессе исследования главных компонент зависимости объема трудовых ресурсов региона от социально-демографических факторов, была построена и проанализирована матрица парных коэффициентов корреляции. В результате установлено, что наиболее высокая связь численности трудовых ресурсов со следующими признаками:

- сальдо миграции;
- общая численность инвалидов;
- общая численность занятых пенсионеров и подростков;
- рождаемость с шестнадцатилетним лагом, т.к. изменение численности родившихся отразилось

на изменении численности трудовых ресурсов с шестнадцатилетним запаздыванием.

В результате перебора различных уравнений тренда и качественного анализа исследуемой зависимости были построены две двухфакторные регрессионные модели и модель зависимости численности трудовых ресурсов области от фактора времени. Первая модель включает факторы: общую численность инвалидов (X_1) и численность занятых лиц, находящихся за пределами трудоспособного возраста (X_2). Вторая модель включает факторы: сальдо миграции в трудоспособном возрасте (X_3) и численность занятых лиц, находящихся за пределами трудоспособного возраста (X_2). Третья модель построена на основе применения метода наименьших квадратов к динамическому ряду и представлена в виде уравнения тренда. На основе полученных уравнений было произведено статистическое прогнозирование численности трудовых ресурсов Орловской области на 2010 г., в результате которого

были получены три варианта краткосрочного прогноза, а также рассчитаны доверительные интервалы прогнозов, результаты которых представлены в таблице 3.

Таблица 3
Результаты прогнозирования численности трудовых ресурсов на основе построенных многофакторных моделей.

Факторы	Уравнение регрессии	R ²	Прогноз на 2010г, тыс. чел	t _{до}	Ошибка, тыс. чел.	Доверительные интервалы прогноза, тыс. чел.	
						нижние	верхние
X ₁ X ₂	$\hat{y} = 518,073 + 1,0165X_2 - 0,00348X_1$	0,775	502,747	2,18	29,1	473,647	531,846
X ₃ X ₂	$\hat{y} = 490,904 + 1,3491X_2 - 0,0024X_3$	0,933	498,079	2,26	19,34	478,739	517,418
t	$\hat{y} = -0,1086x^3 + 3,1543x^2 - 25,091x + 565,68$	0,6	503	2,16	22,9	480,1	525,9

Оценка значимости полученных уравнений при помощи F-критерия Фишера при $\alpha = 0,05$ позволила сделать вывод о том, что полученные уравнения статистически значимы, качество построенных моделей является высоким.

Таким образом, предлагаемые модели должны обеспечить высокую точность и достоверность прогноза, позволят проанализировать влияние и взаимодействие факторов, формирующих трудовые ресурсы.

1. Орловская область 1990-2003 гг.: Стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Орловской области. Орел, 2003. 418 с.

2. Официальный сайт Орелстат [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.statorel.narod.ru

Легостаева С.А., Рудакова О.В.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА ПО ФОРМИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ ШКОЛЬНОГО ПИТАНИЯ

Орловский государственный институт экономики и торговли

Инновационный потенциал объектов инновационного процесса можно определить, как меру готовности выполнить задачи, обеспечивающие достижение поставленной инновационной цели, т. е. меру готовности к реализации проекта или программы инновационных стратегических изменений. Через развитие потенциала идет развитие всех элементов производственно – хозяйственной системы.

Инновационная цель выступает как глобальная стратегия объекта инновационного процесса, как средство достижения его более высоких целей: получение достаточно высокой прибыли в долгосрочной перспективе, сохранение, а затем повышение конкурентных возможностей на рынке или в борьбе за госзаказ, решение кризисной проблемы и проблемы выживания в целом.

Тема оценки инновационного потенциала имеет особое значение для бюджетных организаций, которые составляют основу системы школьного питания. Бюджетные организации нуждаются в предпринимательстве и инновациях едва ли не больше, чем бизнес, имеющей целью получение дохода или прибыли. Быстрые изменения, происходящие в обществе, представляют для них одновременно и большие опасности, и большие возможности [3].

В бюджетных организациях велики препятствия для предпринимательской и инновационной деятельности. Главные причины этому, по мнению Питера Друкера, следующие [2].

По определению, бюджетной организации платят за работу, а не за результаты. Деньги заработал за нее кто-то другой (налогоплательщик, благотворитель, предприятие, финансирующее свой аппарат). Чем шире масштаб усилий бюджетной организации, тем больше будет ее бюджет. Добиться успеха - значит, получить максимум ассигнований. Поэтому попытки ликвидировать какую-либо сферу ее усилий принижают значимость организации. Она начинает терять статус и престиж, но не может признаться в неудаче. Хуже того, она не может признаться в достижении цели, - раз цель достигнута, ей тут же сократят бюджет.

Бюджетная организация, в отличие от коммерческого предприятия, ограничена в свободе действий. Коммерческому предприятию, если оно успешно работает на рынке, легко «отдать долги» партнерам по бизнесу, акционерам, рассчитаться с бюджетом и т.д. Поскольку бюджетная организация не нацелена на какие-либо результаты, а зависит от того, кто профинансировал ее деятельность, она не может себе позволить оттолкнуть кого бы то ни было. В момент начала программы бюджетная организация создает клиентуру. И эта клиентура будет, вероятнее всего, препятствовать отмене программы.

Самая важная причина, однако, в том, что бюджетная организация существует, «чтобы делать добро». Иначе говоря, она смотрит на свою миссию как на моральный долг, а не как на экономическую цель, в которой можно сопоставить затраты с эффектом. В бюджетной организации не думают о повышении отдачи ресурсов. Если цели в стремлении к добру не достигнуты, требуется удвоить, утроить усилия. Это значит, что бюджетная организация стремиться не к оптимизации, а к максимизации своей деятельности.

Попытка сбросить старое и ввести что-то новое воспринимается как покушение на самую основу существования бюджетной организации, на ее базовые ценности и верования.

Это самые серьезные препятствия для диффузии инноваций. Они объясняют, почему инновации в сферах, обслуживаемых бюджетными организациями, возникают почти исключительно на новых предприятиях.

Тем не менее, имеются (хоть и немногочисленные) примеры успешной инновации в бюджетных организациях, которые позволили Питеру Друкеру предложить следующие рекомендации.

Для успешной инновации бюджетная организация нуждается в четком определении своей миссии, в реалистичной постановке целей своей деятельности, наконец, бюджетная организация должна смонтировать в свою политику и практику постоянный поиск инновационных возможностей.

Инновационная среда региона складывается из инновационного потенциала, дающего оценку состояния его внутренней среды (одного из факторов конкурентоспособности и конкурентных преимуществ), и инновационного климата, дающего оценку состояния его внешней среды (одного из факторов привлекательности инновационного рынка).

Анализ инновационной среды сложен и трудоемок, поэтому большое внимание уделяется технологии его проведения. Этим и отличается та или иная методика оценки инновационного потенциала. Наиболее распространенный среди них – метод «SWOT-анализ». SWOT-метод был разработан американскими экономистами и называется так по первым буквам английских слов, составляющих основное содержание анализа (Strength – достоинство, Weakness – недостаток, Opportunities – возможность, Threat – угроза).

Сущность данного метода заключается в оценке перспектив деятельности региона в инновационной сфере в двух аспектах. Говоря о сегодняшнем положении, определяют его достоинства и недостатки, а взгляд на перспективу выявляет возможности продолжения дальнейшей деятельности и угрозы успешному выполнению планов.

Анализ инновационной среды региона осуществляется с целями: 1) выявления в его потенциале силы, 2) выявления в его потенциале слабости, 3) установления возможностей, предоставляемых внешней средой, 4) выявления угроз со стороны внешней среды. Осмысление возможных ситуаций осуществляется посредством матрицы SWOT – анализа.

Возможности реализации проекта особенно четко характеризуются при определении его цели и задач. Основные цели должны быть сконцентрированы на рынке, а не на предприятиях и их продукции.

При четко сформулированных целях легче определяются не только возможности, но и угрозы. В идеальном случае угроза превращается в возможность [3].

Центральное место в проведении анализа занимает формирование экспертной группы, мнение которых должно быть положено в основу SWOT- анализа. Проведение экспертизы, обработка и использование ее результатов в процессе SWOT-анализа осуществляется следующим образом.

Вначале необходимо сформировать экспертную группу. В число экспертов должны войти специалисты в области школьного питания, работники отделов народного образования, научные работники и т.д.

Экспертам необходимо оценить степень влияния на деятельность школьных предприятий питания факторов внутренней и внешней среды и выделить среди них наиболее важные.

При решении многих практических задач часто оказывается, что факторы, определяющие конечные результаты, не поддаются непосредственному измерению. Необходимо ранжирование этих факторов в порядке возрастания (или убывания). Ранжирование позволяет выбрать из исследуемой совокупности факторов наиболее существенные.

Для выяснения вопроса о степени согласованности мнений экспертов в пределах каждой характеристики следует оценить несколько статистических показателей. В частности: дисперсию оценок экспертов, среднеквадратическое отклонение оценок экспертов, вариацию оценок экспертов. Однако окончательный вывод о согласованности мнений экспертов можно сделать после расчета показателя согласованности по всей совокупности характеристик. В качестве такого показателя целесообразно использовать коэффициент конкордации, то есть общий коэффициент ранговой корреляции для группы, состоящей из m экспертов [1].

Результаты анкетирования двадцати шести экспертов по данной методике сведены в матрицу SWOT-анализа, учитывающую возможное сочетание, полученных в результате проведения исследования характеристик внешней и внутренней среды системы школьного питания Орловского региона, и представлены на рисунке 1.

Рассмотрим стратегии, которые нам может дать различное сочетание.

В поле матрицы SO (сила – возможность) расположены варианты стратегий наиболее благоприятные для реализации, их основу составляют сильные стороны потенциала региона. Присутствующие сильные стороны создают максимально благоприятную ситуацию для использования возможностей предоставляемых внешней средой.

Наличие работников соответствующей квалификации позволяет в полной мере реализовать их потенциал при освоении производства новых продуктов питания и новых технологий их производства. В тоже время это позволяет сэкономить время и средства необходимые для поиска работников требуемой квалификации и обучение персонала. При отсутствии конкурентов в отрасли перспективы использования имеющихся сторон выглядят особенно привлекательно.

Глубокое понимание нужд и вкусов потребителей приобретает практическую ценность, если оно направлено на удовлетворение потребности школьников в здоровой и вкусной пище посредством расширения и обновления номенклатуры выпускаемых изделий исходя из запросов потребителей, а также использования новых технологий.

Сегодня система школьного питания построена таким образом, что это дает возможность постоянного контакта с потребителями. Присутствие данного фактора позволяет системе школьного питания максимально повысить скорость и эффективность реакций на изменения внешней среды, через внедрение гибких технологий производства.

			ВОЗМОЖНОСТИ (О)				УГРОЗЫ (Т)			
			Новые технологии производства продуктов питания	Появление новых продуктов	Отсутствие конкурентов	Новые приоритеты	Наличие большого числа семей с низкими доходами	Отрицательный прирост населения	Изменение предпочтений потребителей	Рост уровня цен
			1	2	3	4	5	6	7	8
СИЛА (S)	Наличие квалифицированных работников	1	Состояние внешней и внутренней среды создают наиболее благоприятные условия для реализации инновационных проектов в системе школьного питания региона				Инновационные изменения должны быть нацелены на использование сильных сторон системы школьного питания для предотвращения угроз внешней среды, а в идеальном случае для их превращения в возможности			
	Глубокое понимание нужд и вкусов потребителей	2								
	Возможность постоянного контакта с потребителями	3								
	Возможность изготовления большого количества видов продукции	4								
	Значительный опыт	5								
	Степень овладения существующими технологиями	6								
СЛАБОСТЬ (W)	Качество продукции	7	Инновационные изменения системы школьного питания должны быть направлены на развитие собственного потенциала и использование возможностей предоставляемых внешней средой				Самое неблагоприятное сочетание факторов; инновационные изменения должны предусматривать превращение слабости – в силу, а угрозы – в возможность			
	Оборудование	8								
	Низкий уровень обслуживания	9								
	Отсутствие сегментации	10								
	Слабая диффузия инноваций	11								

Рис. 1. Матрица SWOT-анализа потенциала Орловского региона по формированию системы школьного питания данных в матрице характеристик инновационного потенциала региона по реализации программы развития индустрии школьного питания.

Система школьного питания обладает возможностью изготовления большого количества видов продукции. Это подразумевает вероятность привлечения новых категорий покупателей и соответственно выход на новые рынки сбыта с одновременным усилением позиции на рынке школьного питания.

Значительный опыт работы в сфере обеспечения школьников различных возрастных групп продуктами питания увеличивает вероятность быстрого освоения новых технологий без дополнительного привлечения ресурсов на эти цели. Усиливается возможность правильной оценки перспективности новых продуктов питания, что особенно важно, так как верное решение на начальной ста-

дии реализации проекта способно сэкономить значительные средства на исправление ошибок на последующих этапах реализации проекта.

Высокая степень овладения существующими технологиями характеризует уровень квалификации персонала предприятий системы школьного питания и определяет возможность дифференциации производства в рамках существующих технологий, гарантируя при необходимости быстрый переход на новые производственные технологии.

Вероятность использования сильных сторон в потенциале системы школьного питания возрастает, что связано с появлением новых приоритетов со стороны властных структур, которые свидетельствуют об усилении внимания государства к проблемам здорового питания школьников.

В квадрате матрицы ST (сила – угрозы) расположены варианты стратегий, которые нацелены на использование сильных сторон системы школьного питания для предотвращения угроз внешней среды, а в идеальном случае для их превращения в возможности. Существование таких угроз как: высокий процент семей с низкими доходами, отрицательный прирост населения, изменение предпочтений потребителей, рост уровня цен препятствует более полному использованию сильных сторон организации системы школьного питания. С другой стороны, наличие в потенциале региона квалифицированных работников, глубокое понимание нужд и вкусов потребителей, возможность постоянного контакта с потребителями, возможность дифференциации продукции, значительный опыт и высокая степень овладения существующими технологиями позволяют снизить негативное влияние угроз со стороны внешней среды на развитие системы школьного питания.

Осуществляться это может через адаптацию производства к изменяющимся условиям внешней среды и реализацию следующих направлений: поиск новых рынков сбыта, освоение производства нового ассортимента продуктов питания и приведение в соответствие реального ассортимента с желаемым, дифференцированный подход к обслуживанию потребителей с целью более полного удовлетворения их нужд, поиск способов снижения издержек производства школьного питания, нахождение разумного баланса между ценой и качеством, гибкая ценовая политика.

Стратегии, содержащиеся в поле матрицы WO (слабость - возможность) должны быть направлены на развитие собственного потенциала и использование возможностей предоставляемых внешней средой.

Качество продукции, производимой для школьного питания, очень низкое и не способно удовлетворить запросы потребителей, поэтому дальнейшее развитие системы возможно только через преодоление данного недостатка посредством освоения новых технологий производства, обновления ассортимента и усиления государственного контроля за качеством школьного питания.

Материально – техническая база большинства предприятий системы школьного питания находится на низком уровне, оборудование для приготовления школьного питания устарело, а в некоторых случаях и вовсе отсутствует. Решить эту проблему можно, если на фоне усиления внимания властных структур к системе школьного питания будут увеличены и суммы ассигнований, что позволит осуществить модернизацию производства и повысить эффективность использования существующего оборудования.

Пересмотр методов и подходов к работе с потребителями, освоение новых технологий производства школьного питания, расширение и обновление ассортимента будут способствовать повышению уровня обслуживания.

Необходимым условием дальнейшего развития является сегментация обслуживаемого рынка. Предполагаемыми критериями сегментации могут быть: возрастной состав и состояние здоровья школьников. Освоение новых технологий облегчит переход системы на дифференцированное обслуживание различных групп потребителей, а основой расширения и обновления ассортимента должны стать требования потребителей.

Серьезным препятствием в достижении поставленных целей может стать затрудненность инноваций в производственный процесс, поэтому смещение акцентов в системе школьного питания с про-

изводства на потребление должно способствовать изменению ситуации. Внедрение в производство новых продуктов питания и его модернизацию необходимо рассматривать именно с точки зрения удовлетворения потребностей клиентов системы школьного питания.

Повысить эффективность системы контроля школьного питания и вывести ее на новый более высокий качественный уровень возможно и наиболее реально в условиях индустриализации отрасли и освоения новых методов работы.

Самое неблагоприятное сочетание факторов дает нам квадрат матрицы WT (слабость–угроза), так как стратегии, рассматриваемые в рамках данного сочетания должны предусматривать превращение слабости – в силу, а угрозы – в возможность.

В рамках данных стратегий должно происходить переосмысление подходов к управлению системой школьного питания через изучение потребностей и вкусов потребителей, предложения качества по разумной цене, а также повышение качества с целью завоевания позиции на других рынках.

Достичь поставленных целей возможно при максимальном использовании потенциала имеющегося оборудования и дифференциации производства в рамках существующих технологий, с рассмотрением возможности замены оборудования технологически более гибким.

1. Бешелев С.Д., Гурвич Ф. Г. Математико–статистические методы экспертных оценок. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Статистика, 1980. 263 с.

2. Зотов В.В., Ленский Е. В. Задачи и организационные основы менеджмента. М.: Корона-Пресс, 1996. 256 с.

3. Управление организацией: Учебник / Под. ред. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Соломатина. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА–М, 1999. 669 с.

Литвинова Е.Н.

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПОЗИЦИОНИРОВАНИЮ В ТЕРРИТОРИАЛЬНОМ МАРКЕТИНГЕ

Кубанский государственный университет

Процесс планирования социально-экономического развития региона, муниципального образования трудно осуществить без всестороннего маркетинга, инструментом которого является их позиционирование. Речь идет, прежде всего, об эффективном использовании существующих, а также создании новых преимуществ, свойств территории, способных существенно повысить благосостояние жителей города.

В этой связи определенный научный интерес представляет выявление существа различных теоретических воззрений к маркетингу территории и его инструменту – позиционированию.

В основе таких воззрений лежат идеи основоположников науки о маркетинге Филиппа Котлера, Гари Армстронга, Джона Сондерса, Вероники Вонг. В своем фундаментальном труде «Основы маркетинга» они под маркетингом понимают социальный и управленческий процесс, с помощью которого отдельные лица и группы лиц удовлетворяют свои нужды и потребности посредством создания товаров и потребительских ценностей и взаимобмена ими [5].

Несколько иной точки зрения на сущность маркетинга придерживается известный американские экономисты Дж. Р. Эванс и Б. Берман. Они считают, что маркетинг – это предвидение, управление и удовлетворение спроса на товары, услуги, организации, людей, территории и идеи посредством обмена [6].

Сравнительный анализ данных определений свидетельствует, на наш взгляд, что более удачным является определение маркетинга, данное Дж. Эвансом и Б. Берманом. Оно, по нашему мнению, более предметно позволяет определить существо маркетинга территории.

Взяв его за основу, можно дать следующее определение территориальному маркетингу. Территориальный маркетинг – это есть деятельность, предпринимаемая с целью создания, поддержания или изменения отношений и поведения населения относительно конкретной территории.

Инструментом маркетинга территории выступает ее позиционирование. В современной экономической науке ныне обозначены теоретические основы дефиниции «позиционирование территории». Впервые в научный оборот термин «позиционирование» ввели Э. Райс и Дж. Траут. Под ним они понимают операцию на сознании потенциальных покупателей. Иными словами речь идет о представлении продукта на умы клиентов. Позднее данное определение было заменено на «самодифференцирование в сознании клиентов» [1].

Интересна, на наш взгляд, и формулировка «позиционирования», данная Ж.-Ж. Ламбенем. Позиционирование, по его мнению, – это «разработка и создание имиджа товара таким образом, чтобы он занял в сознании покупателя достойное место, отличающееся от положения товар-покупатель» [2]. Из данного определения вытекает одна из важных задач позиционирования – построение ассоциативных сетей, которые позволили бы потребителю быстро «различать» и «выделять» наиболее привлекательные для него товары.

Таковы некоторые концептуальные основы позиционирования товара на рынке. Вместе с тем, в рамках обозначенного предмета исследования представляется интересным ответить на следующие вопросы: насколько применимы приведенные выше рассуждения к территориальному маркетингу, а именно к позиционированию города? Можно ли говорить о позиционировании в сознании потребителей территории?

Анализ литературы позволяет утверждать, что многие авторы работ, посвященных маркетингу территории, характеризуя позиционирование территории, используют те же самые методологические подходы, что и к позиционированию товаров на рынке. Применительно к позиционированию города такими товарами, по их мнению, являются те или иные характеристики города. Такими характеристиками могут быть: имиджа города, образ города, инфраструктура, достопримечательности, качество окружающей среды и др.

Именно они представляют в сознании потребителей территорию как продукт, способный удовлетворить их те или иные потребности.

Позиционирование в сознании потребителей территории это не только процесс существующих, признанных характеристик территории, это еще и активная осознанная политика, направленная на поддержку «нужных», «правильных» ассоциаций, связанных с территорией. В данном случае речь идет, прежде всего, о выстраивании деятельности, направленной на разъяснение того, что ожидают потребители от территории, насколько территория соответствует их ожиданию, насколько лучше или хуже по сравнению с другими территориями могут быть удовлетворены потребности людей, какие возможности есть у территории, чтобы понять уровень своего соответствия потребностям клиента, как лучше донести информацию о возможностях территории до потенциальных потребителей?

Позиционирование в сознании клиентов тесно связано и с таким понятием как дифференцирование. В его основе лежит концептуальное положение, описывающее разнообразное позиционирование товаров и услуг, предлагаемых потребителю.

Ж.-Ж. Ламбер, определяя дифференциацию, выделяет разнообразие предложения на двух уровнях: между конкурентами по однотипным товарам и между товарами одного изготовителя [2]. В территориальном маркетинге дифференциация должна быть направлена на формирование определенного отношения потребителя к территории. Формирование такого отношения осуществляется посредством деятельности, основными аспектами которого могут быть:

- 1) дифференциация территории по сравнению с другими территориями – конкурентами;
- 2) дифференциация территории для разных групп потребителей ее благ и услуг.

Осуществление дифференциации территории по данным направлениям, позволит выявить лиц, которые будут собой представлять базу для закрепления в сознании определенной группы потреби-

телей территориального продукта - «позиции» данной территории. Более того, они позволяют выявить критерии, по которым возможно сравнение позиционируемой территории с другими территориями. Характеристиками, по которым целесообразно осуществлять сравнение различных территорий, по мнению ученых [5], могут быть:

- ресурсы территории;
- социально-экономическое состояние территории;
- менеджмент территории.

Необходимо отметить, что для каждой из отмеченных выше характеристик можно выделить различные группы потребителей территориального продукта. Так, например, для жителей территории ее ресурсы могут представлять интерес с точки зрения применения своего личного потенциала. Предпринимателей же будет интересовать территория как пространство для эффективного ведения бизнеса за счет наличия и качества ресурсов (природных, человеческих и др.).

Вместе с тем, такая типология характеристик территории представляется неполной. Ряд ученых (Ф. Котлер) предлагают оценивать территорию через совокупность представлений (образов места) разных групп клиентов [4]. Такими «образами места», по мнению Ф. Котлера, могут быть:

- постоянное проживание. У частного лица оно ассоциируется с местом комфортного проживания (качество жизни);
- временное проживание. У предпринимателей оно может ассоциироваться с местом удовлетворения ограниченного набора первичных потребностей;
- постоянная деятельность;
- временная деятельность.

Таким образом, сравнительный анализ различных точек зрения на позиционирование территории позволяет утверждать, что в научной литературе имеется широкий спектр подходов, объясняющих существование данного инструмента маркетинга территории. Их творческое осмысление и развитие представляется весьма актуальной и важной задачей экономической науки на современном этапе развития российского общества.

1. Райс Э., Траут Д. Позиционирование: битва за узнаваемость. СПб.: Питер, 2001. 256 с.
2. Ламбсен Жан-Жак Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. Пер. с фр. СПб.: Наука, 1996. 589 с.
3. Сачук Т.В. «Поведение потребителей в территориальном маркетинге» / монография. Петрозаводск: Изд. Карельского научного центра РАН, 2004. 141 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. М.: 1990. 736 с.
5. Основы маркетинга / Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. М.; СПб.; К.; Изд. дом «Вильямс», 2002. С. 34.
6. Эванс Дж. Р. Маркетинг. Пер. с англ. / Эванс Дж. Р., Берман Б. М.: Сирин, 2002. С. 4.

Кванина И.Е.

БЮДЖЕТНАЯ СБАЛАНСИРОВАННОСТЬ СУБЪЕКТОВ РФ В КОНТЕКСТЕ ДВУХ ПОДХОДОВ: «ДОНОРЫ» И «РЕЦИПИЕНТЫ»

Орловская региональная академия государственной службы

Важной характеристикой экономического развития любого субъекта Федерации является уровень дефицита (профицита) его консолидированного бюджета. На основе этого показателя часто делается заключение о том, насколько регион в состоянии исполнить возложенные на него расходные полномочия за счет собираемых доходов. В случае недостатка последних возникает необходимость в выделении финансовой помощи из федерального бюджета и регион приобретает статус «дотационного».

Общепринятое понятие «сбалансированность» предполагает рассмотрение соотношения доходов (за исключением финансовой помощи) и расходов консолидированных бюджетов субъектов Фе-

дерации (с учетом индекса бюджетных расходов). Однако указанный подход учитывает не все денежные потоки бюджетных средств территорий регионов.

На сегодняшний день бюджетная система РФ организована таким образом, что собираемые на территории региона доходы зачисляются не только в консолидированный бюджет субъекта, но также и в федеральный бюджет. В связи с этим часто возникает вопрос об объемах финансовых ресурсов, «забираемых» центральным Правительством, и правомерности отнесения к «дотационным» субъектов, обеспечивающих формирование доходной части федерального бюджета. В настоящее время применяется несколько методик для указанной характеристики субъектов (табл.1).

Таблица 1.

Возможные варианты расчета сбалансированности бюджетных средств

Формула	Значение
$\frac{\text{ДохКБ СФ-БП}}{\text{РхКБ СФ}}$	Традиционная методика определения «донор»/ «реципиент»
$\frac{\text{Все доходы - БП}}{\text{Все расходы}}$	Частичный учет федеральных средств
$\frac{\text{Уплач. в ФБ налоги}}{\text{Получ. из ФБ средства}}$	
$\frac{\text{Все доходы - БП}}{\text{Все расходы- Тр}}$	Обеспеченность расходов территорий

где *ДохКБ СФ* – доходы консолидированного бюджета субъекта Федерации;

РхКБ СФ - расходы консолидированного бюджета субъекта Федерации;

Все доходы – совокупные доходы трех уровней бюджетной системы РФ на территории СФ;

Все расходы – совокупные расходы трех уровней бюджетной системы РФ на территории СФ;

БП – безвозмездные перечисления;

ФБ – федеральный бюджет;

Тр – трансферты из ФБ.

Следование традиционному подходу и рассмотрение доходов (за исключением финансовой помощи) и расходов консолидированных бюджетов субъектов РФ показали, что в 2006 г. только у 6 регионов было достаточно средств для осуществления возложенных полномочий (таблица 2).

Таблица 2.

Перечень субъектов, обладавших профицитом консолидированного бюджета субъекта Федерации в 2006 г. (без учета финансовой помощи)*

№ п/п	Субъекты РФ	Типология Минрегионразвития РФ
1	Агинский Бурятский автономный округ	Депрессивные регионы Кризисные
2	Ненецкий автономный округ	«Опорные регионы» Сырьевой регион
3	Санкт-Петербург	«Регионы- локомотивы роста» Мировые города
4	Тюменская область	«Опорные регионы» Сырьевой регион
5	Москва	«Регионы- локомотивы роста» Мировые города
6	Челябинская область	«Опорные регионы» Старопромышленный регион

* Расположены по убыванию размера превышения доходов над расходами

Типология регионов была разработана Министерством регионального развития РФ на основе «Концепции социально-экономического развития регионов РФ». В типологии все субъекты РФ объединены в группы на основании степени развития, степени включенности в глобальные процессы развития – глобализацию, урбанизацию и неоиндустриализацию. В типологии выделено 3 основных типа регионов, включающих 2 подтипа.

Регионы - локомотивы роста, включающие 2 группы: мировые города и центры федерального значения, характеризующиеся высоким социально-экономическим, научно-техническим, кадровым потенциалом. Эти регионы вносят существенный вклад в прирост ВВП страны. Сформированная стратегическая инициатива позволяет стать центром развития для соседних территорий. Для регионов этой группы характерны самые высокие показатели финансовой обеспеченности.

Опорные регионы – группа, в состав которой входят сырьевые (9 субъектов, в том числе Сахалинская, Тюменская область) и старопромышленные регионы (15 субъектов, в том числе Липецкая, Ростовская область).

Депрессивные регионы характеризуются значительным экономическим спадом в основных отраслях в последние 10 лет, включают фоновые (32 субъекта, в том числе Орловская, Курская области) и кризисные (22 субъекта, в том числе, Магаданская область, Республика Карелия).

В таблице 2 субъектам дана характеристика с точки зрения указанной типологии. Как следует из представленных данных, наибольшее превышение доходов консолидированного бюджета над расходами (без учета финансовой помощи) зафиксировано в Агинском Бурятском АО, относящемся к группе кризисных депрессивных регионов. Субъекты Федерации, включенные в эту группу, характеризуются значительным экономическим спадом в основных отраслях в течение последних 10 лет, отмечаются низкий уровень жизни населения, дефицит трудовых ресурсов. Остальные пять субъектов обладают гораздо более высоким уровнем социально-экономического развития и относятся либо к «регионам-локомотивам роста», либо к «опорным регионам».

Таким образом, бездефицитность консолидированных бюджетов субъектов Федерации нельзя объяснить только степенью развития экономики и социальных процессов. Кроме того, существенным ограничением данного подхода является то, что он учитывает далеко не все средства, которые регион может мобилизовать в виде доходного потенциала, и не берутся в расчет все государственные полномочия.

Другие методики, определяющие «доноров» и «реципиентов», предлагают частично учитывать федеральные средства. Например, предлагается рассматривать разницу между уплаченными в федеральный центр налогами и полученными оттуда средствами либо осуществлять сопоставление доходного потенциала региона (как совокупности доходов, поступающих во все уровни бюджетной системы с территории данного субъекта Федерации) без учета безвозмездных перечислений и совокупности расходов, осуществляемых на территории субъекта Федерации. Последний вариант содержит в себе определенную неточность, нарушающую баланс денежных потоков: из доходов бюджета исключается финансовая помощь, однако она остается в расходах.

С учетом ограничений, рассмотренных выше вариантов обеспечения сбалансированности бюджетных средств территории субъектов Федерации, можно предложить следующее. Из федерального бюджета в консолидированные бюджеты субъектов Федерации поступает финансовая помощь («трансферты» для федерального бюджета), которая отражается как безвозмездные перечисления в доходах консолидированных бюджетов. Следовательно, если анализировать разницу между доходами и расходами территорий, из доходов федерального бюджета надо вычесть безвозмездные перечисления, а из расходов федерального бюджета – трансферты. Поскольку трансферты равны безвозмездным перечислениям, достаточно для построения баланса из доходов федерального бюджета вычесть расходы федерального бюджета на территории субъекта Федерации для исключения «двойного счета». Принимая во внимание, что нас интересует соотношение доходов к расходам, финансовая помощь, количественно совпадающая с безвозмездными перечислениями, из расчета выпадает, то есть возможно сопоставить все доходы территорий со всеми расходами.

По типологии Минрегионразвития РФ в перечне сбалансированных по доходам и расходам бюджетной системы оказались субъекты, принадлежащие к определенным группам (таблица 3).

Таблица 3.

Перечень субъектов, обладавших превышением совокупных доходов над совокупными расходами для всех уровней бюджетной системы РФ на территории субъекта Федерации в 2006 г.

Типологии Минрегионразвития РФ	Наименование субъекта РФ
«Регионы- локомотивы роста» Мировые города	г. Москва, г. Санкт-Петербург
«Регионы- локомотивы роста» Центр федерального значения (8)	Краснодарский край, Красноярский край, Ленинградская область, Московская область, Пермская область, республика Башкортостан, Республика Татарстан, Свердловская область
«Опорные регионы» Старо-промышленный регион (11 из 15)	Белгородская, Волгоградская, Вологодская, Иркутская, Липецкая, Нижегородская, Омская, Самарская, Томская, Челябинская, Ярославская области
«Опорные регионы» Сырьевые регионы (6 из 9)	Ханты-Мансийский АО, Ненецкий АО, Ямало-ненецкий АО, Республика Коми, Тюменская область, Кемеровская область
«Депрессивные регионы» Фоновые регионы (9 из 32)	Владимирская, Курская, Оренбургская, Орловская, Рязанская, Саратовская, Смоленская области, Удмуртская Республика, Чувашская Республика
«Депрессивные регионы» Кризисные регионы (3 из 22)	Агинский Бурятский АО, Корякский АО, Ульяновская область

Из представленного перечня из 39 субъектов РФ согласно типологии Минрегионразвития РФ 28 регионов (или 72 % от общего количества) обладают достаточно устойчивым экономическим положением и хорошим потенциалом развития, основанным на конкурентных преимуществах (речь идет о «регионах-локомотивах роста» и об «опорных регионах»). Остальные 11 субъектов относятся к двум подтипам депрессивных регионов.

В табл.4 приведены численные характеристики превышения доходов субъектов РФ над расходами, рассчитанные по двум вариантам: 1) учет доходов и расходов консолидированного бюджета субъекта РФ; 2) учет всех доходов и расходов консолидированного бюджета субъекта РФ на территории субъекта РФ. Приведенные значения определялись следующим образом: в числителе – разница между соответствующими доходами и расходами; в знаменателе – соответствующие расходы; полученные значения выражались в процентах.

Таким образом, в зависимости от выбранной методики мы получаем разное количество субъектов РФ, характеризующихся относительной финансовой «автономией».

Таблица 4.

Субъекты Федерации, обладающие превышением совокупных доходов над совокупными расходами в 2006 г. (со значением профицита, %)

	Учет доходов и расходов консолидированного бюджета субъекта РФ	Учет совокупных доходов и совокупных расходов бюджетной системы на территории субъекта РФ
Российская Федерация	-15	23
Ханты-Мансийский АО	-6	85
Ненецкий АО	12	82
Ямало-Ненецкий АО	-9	78
Удмуртская Республика	-24	53
Республика Коми	-3	53
Оренбургская область	-11	53
Агинский Бурятский АО	17	51
Республика Татарстан	-18	47
Томская область	-12	46
Пермская область	-2	41
Республика Башкортостан	-10	36
Самарская область	-11	35
Ленинградская область	-2	28
Нижегородская область	-5	27
Волгоградская область	-22	23
Тюменская область	7	20
Москва	5	19

	Учет доходов и расходов консолидированного бюджета субъекта РФ	Учет совокупных доходов и совокупных расходов бюджетной системы на территории субъекта РФ
Красноярский край	-3	18
Свердловская область	-1	16
Челябинская область	2	15
Санкт-Петербург	9	13
Липецкая область	-4	13
Ульяновская область	-49	13
Рязанская область	-24	13
Саратовская область	-39	11
Ярославская область	-18	11
Вологодская область	-4	10
Иркутская область	-26	10
Корякский АО	-435	9
Омская область	-48	8
Белгородская область	-25	8
Кемеровская область	-19	6
Курская область	-27	5
Краснодарский край	-16	4
Чувашская Республика	-51	4
Орловская область	-34	2
Московская область	-18	1
Смоленская область	-19	0
Владимирская область	-26	0

Как видим, в полученный перечень самодостаточных субъектов Федерации попали регионы с совершенно различными характеристиками социально-экономического развития. Существующая типология Минрегионразвития РФ не объясняет выявленного факта. Скорее наоборот, на основе полученных данных можно констатировать, что при построении типологии не были учтены важные параметры бюджетной системы, характеризующие сущностное (фундаментальное) развитие субъектов Федерации.

Анализ показывает, что одним из самых «богатых» субъектов РФ по объему собираемых на территории доходов является Ханты-Мансийский АО. Однако в 2006 г. консолидированный бюджет Ханты-Мансийского АО был в 7,6 раза меньше доходного потенциала территории и в 6,6 раза меньше объема доходов, перечисляемых в федеральный бюджет. Преобладающая доля собираемых налогов перечисляется в федеральный бюджет. Причем 81 % доходного потенциала субъекта Федерации формируется за счет двух налогов – налога на добычу полезного ископаемого в виде углеводородного сырья и НДС.

Таким образом, Ханты-Мансийский АО, обеспечивающий 17,4 % доходов бюджетной системы РФ, имеет дефицитный консолидированный бюджет (так же как и остальные «нефтяные» регионы за исключением Ненецкого АО).

Представленные данные свидетельствуют о невозможности отнесения регионов к «донорам» или «реципиентам» на основе использования единственной оценки – «дефицитности» или «профитности» консолидированного бюджета субъекта. Существующий уровень централизации доходов сильно искажает картину и не дает реального представления о том, сколько «зарабатывает» регион и сколько и насколько он сам себя обеспечивает. С нашей точки зрения, необходимо прежде всего сопоставлять совокупные доходы и совокупные расходы территорий субъектов РФ для соответствующих корректных выводов.

1. Типология социально-экономического развития субъектов Российской Федерации. Сайт Минрегионразвития РФ. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.regnum.ru>. (данные на 01.05.2007).
2. Бюджетная политики и межбюджетные отношения в субъектах Российской Федерации / А.С. Колесов, В.А. Гуртов, А.С. Ревайкин, С.В. Сигова. М.: Финансы, 2007.

Греченюк О.Н.

АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В РЕГИОНЕ КАК ФАКТОРА ФОРМИРОВАНИЯ ЕГО ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА

Курский институт социального образования

Для формирования эффективной региональной инвестиционной политики необходимо знать, от каких факторов зависит динамика инвестиционных ресурсов в регионе, какие специфические условия оказывают влияние на принятие решения об инвестировании в конкретный регион.

Для этого необходимо провести оценку влияния основных показателей социально-экономического развития регионов на объем инвестиций в основной капитал. Для этого будут использованы 44 показателя социально-экономического развития в разрезе 87 регионов РФ. Все данные по социально-экономическим показателям регионов РФ получены из справочника Госкомстата России «Регионы России». Оценка степени влияния данных факторов на объем инвестиций в основной капитал будет осуществляться с использованием метода корреляционного анализа. При этом объем инвестиций является зависимой переменной (результатирующим показателем), а показатели социально-экономического развития регионов – независимыми переменными.

Период исследования составляет пять лет: с 2001 г. по 2005 г. включительно. Все расчеты проведены по данным Федеральной службы государственной статистики России [1].

Вместе с тем, для выработки инвестиционной политики, прежде всего, интересна степень влияния на инвестиционную привлекательность тех факторов, воздействие на которые представляется возможным в рамках существующей системы государственного регулирования. С этой целью в исследуемой области факторного влияния основных социально-экономических показателей регионов РФ на объем региональных инвестиций можно выделить две группы факторов в зависимости от степени эластичности относительно управляющего воздействия: стабильные и мобильные.

К стабильным факторам отнесем те, воздействие которых будет меняться медленными темпами в эволюционных условиях.

К мобильным факторам относятся те, которые являются «подвижными» в данный момент, на которые можно оказывать государственное воздействие, тем самым, изменяя и увеличивая их позитивное влияние на динамику региональных инвестиций.

Численность населения относится к группе стабильных факторов, так как уровень воздействия на степень влияния этого фактора минимальный. Конечно, можно оказывать влияние на прирост численности путем стимулирования рождаемости на законодательном уровне или применения эффективной миграционной политики в регионе, однако данное исследование будет выпадать из обозримой экономической перспективы, так как что временной лаг воздействия данного фактора очень высок – около 20 лет.

Среднедушевые денежные доходы населения и величина потребительских расходов в среднем на душу населения также относятся к стабильным факторам. Важно отметить, что частично можно отнести данные факторы к мобильным, но только в отношении повышения заработной платы бюджетных работников, а так как это не более 15 % численности всего работающего населения страны, то мы относим эти факторы к стабильным.

Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, отходящих от стационарных источников – мобильный фактор, так как на этот фактор можно повлиять, приняв соответствующие законы, ужесточив меры наказания за нарушение природоохранного законодательства.

Валовой региональный продукт – это стабильный фактор, отражающий в целом экономическую ситуацию в регионах РФ. Валовой региональный продукт на душу населения, соответственно, также стабильный фактор.

Стоимость основных фондов – это стабильный фактор, так его величина регулируется рыноч-

ными отношениями, влияние государства здесь незначительное.

Объем работ, выполненных по виду экономической деятельности «строительство» необходимо отнести к стабильным, так как здесь также может быть оказано лишь изолированное влияние власти: в разрезе государственных заказов или выполнения целевых государственных программ.

Ввод в действие общей площади жилых домов также стабильный фактор, так как тесно связан с динамикой объема работ, выполненных по виду экономической деятельности «строительство».

Грузооборот автомобильного транспорта организаций всех видов деятельности является стабильным фактором: государство не может прямо воздействовать на данный показатель.

На такие факторы, как оборот розничной торговли, оборот общественного питания, объем платных и бытовых транспортных услуг и услуг связи населению государство может оказывать только ограниченное воздействие, поэтому они также относятся к стабильным.

Такие факторы, как число организаций, выполнявших исследования и разработки, внутренние затраты на исследования и разработки, число созданных передовых производственных технологий и число инновационно-активных организаций относятся к мобильным, так как если государство разрабатывает и примет эффективное законодательство, стимулирующие инновационную деятельность, можно спрогнозировать соответствующее увеличение региональных инвестиций.

Доходы и расходы консолидированных бюджетов субъектов РФ являются мобильными факторами, так как региональные органы власти регулируют данные показатели посредством принятия законов о региональном бюджете на очередной финансовый год.

Число кредитных организаций и филиалов кредитных организаций – стабильные факторы, так как их численность обусловлена соответствующими экономическими процессами в регионах РФ, и органы государственной власти могут оказывать ограниченное воздействие на динамику данных показателей.

Сальдированный финансовый результат деятельности организаций – это сумма прибыли (убытка) от продажи товаров, продукции (работ, услуг), основных средств, иного имущества организаций и доходов от внереализационных операций, уменьшенных на сумму расходов по этим операциям. Государство лишь косвенно может оказывать влияние на динамику данного показателя, поэтому он относится к стабильным факторам.

Подводя итог, можно сделать вывод, что большая часть факторов (18) относится к стабильным, то есть, на которые нельзя оказывать прямое государственное влияние, к мобильным, то есть, реагирующим на государственное воздействие, было отнесено только 7 факторов.

В результате проведенного исследования были получены значения показателей корреляции между изучаемыми переменными по мобильным факторам, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1
Взаимосвязь показателей социально-экономического развития регионов и объема инвестиций за 2001 по 2005 гг.

Показатели	2001	2002	2003	2004	2005
1. Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, отходящих от стационарных источников	0,370	0,447	0,416	0,424	0,400
2. Число организаций, выполнявших исследования и разработки	0,239	0,296	0,345	0,396	0,469
3. Внутренние затраты на исследования и разработки	0,228	0,288	0,334	0,392	0,452
4. Число созданных передовых производственных технологий	0,309	0,488	0,529	0,308	0,504
5. Число инновационно-активных организаций	0,150	0,200	0,190	0,283	0,319
6. Доходы консолидированных бюджетов субъектов РФ	0,767	0,761	0,769	0,868	0,678
7. Расходы консолидированных бюджетов субъектов РФ	0,770	0,740	0,749	0,812	0,649

Анализ полученных результатов позволяет сделать следующие выводы относительно связи параметров социально-экономического развития регионов с инвестиционной активностью.

В начале периода исследования такие показатели социально-экономического развития регионов РФ, как численность населения регионов, численность экономически активного населения, среднегодовая численность занятых в экономике, потребительские расходы в среднем на душу населения, оборот розничной торговли, оборот общественного питания, объем платных, бытовых, транспортных

услуг и услуг связи населению, число созданных передовых производственных технологий и число филиалов кредитных организаций не оказывали существенного влияния на динамику инвестиций в основной капитал. Однако к концу периода исследования наблюдается рост влияния данных показателей на инвестиционную активность, так как значения коэффициентов корреляции в 2005 г. превысили 0,5 (что характеризуется как средняя степень зависимости переменных).

Значительное влияние на протяжении всего исследуемого периода на зависимую переменную оказывают доходы и расходы консолидированных бюджетов субъектов РФ (значения коэффициентов корреляции колебались от 0,7 до 0,8), однако в 2005 г. это влияние несколько ослабло (коэффициенты корреляции составили 0,678 и 0,649, соответственно).

Предполагалось, что динамика региональных инвестиций зависит от состояния и уровня развития научного и инновационного потенциала регионов России. Однако значения показателей, характеризующих состояние и уровень развития научного и инновационного потенциала регионов, не превысило значения коэффициента корреляции 0,5, то есть влияние статистически недостоверно.

Таким образом, на основании проведенного исследования можно сделать вывод, что стимулирование инновационной активности в регионе, в том числе и за счет средств бюджетов различных уровней, однозначно не оказывает непосредственного воздействия на объемы инвестирования. В настоящее время в регионах России наблюдается следующая цепочка зависимостей: приток инвестиционных ресурсов обеспечивает появление новых технологий и, следовательно, рост инновационной активности.

1. Федеральная служба государственной статистики России [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Исаев Р.А., Моногаров О.М.

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ СТРУКТУР ЭКСТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ТИПА

Орловский государственный технический университет

Идея особых экономических зон – формирование точек роста на специально выделенных территориях за счет привлечения инвестиций на льготных условиях не нова. Однако современные производственные системы, широко использующие аутсорсинг, на наш взгляд должны формировать структуры нового типа основанные на информационном взаимодействии.

Институциональные основы формирования и функционирования инновационных интегрированных структур экстерриториального типа (ИИСЭТ) закрепляются соответствующими законами и подзаконными актами Российской Федерации при этом предполагается использование нижеприведенных основополагающих положений.

ИИСЭТ - определяемая Правительством Российской Федерации или исполнительным органом государственной власти субъекта Российской Федерации совокупность хозяйствующих субъектов, для которых в целом или частично (в части участия в ИИСЭТ) действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности.

ИИСЭТ создаются в целях развития обрабатывающих отраслей экономики, высокотехнологичных отраслей, производства новых видов продукции, транспортной инфраструктуры, а также туризма и санаторно-курортной сферы.

На территории Российской Федерации могут создаваться ИИСЭТ двух типов: промышленно-производственные ИИСЭТ и технико-внедренческие ИИСЭТ; и двух уровней: ИИСЭТ федерального значения и ИИСЭТ регионального значения.

В рамках деятельности ИИСЭТ не допускается: разработка месторождений полезных ископаемых, их добыча; переработка полезных ископаемых, за исключением переработки лома цветных и черных металлов; производство и переработка подакцизных товаров (за исключением легковых автомобилей и мотоциклов).

ИИСЭТ создаются под руководством государственных органов управления федерального или регионального уровня для достижения целей, связанных с организацией производства промышленной продукции в случае наличия базового интегрирующего компонента, то есть интеграция деятельности (взаимодействие) является необходимым и достаточным условием организации производства и достижения целей государственного регулирования.

Обязательным условием создания и функционирования ИИСЭТ является наличие единой информационной системы поддержки жизненного цикла продукта, создаваемой и поддерживаемой за счет средств государственных бюджетов различных уровней и контролируемой уполномоченным на то органом государственного управления.

Наличие системообразующего предприятия, то есть хозяйствующего субъекта, осуществляющего координацию в рамках ИИСЭТ и под управлением которого находятся ключевые бизнес-процессы ИИСЭТ, является желательным, но не обязательным условием создания и функционирования ИИСЭТ.

Решение о создании ИИСЭТ на территориях субъекта Российской Федерации и муниципально-образованного образования принимается Правительством Российской Федерации и оформляется постановлением Правительства Российской Федерации для ИИСЭТ федерального значения и постановлением высшего исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации для ИИСЭТ регионального значения.

Высший исполнительный орган государственной власти субъекта Российской Федерации совместно с исполнительно-распорядительным органом муниципального образования подает в Правительство Российской Федерации заявку на создание ИИСЭТ с обоснованием целесообразности и эффективности ее создания для решения задач федерального, регионального и местного значения. Порядок оформления и подачи заявки на создание ИИСЭТ, в том числе перечень документов, прилагающихся к заявке, определяется Правительством Российской Федерации.

Правительство Российской Федерации, высший исполнительный орган государственной власти субъекта Российской Федерации, исполнительно-распорядительный орган муниципального образования, на территориях которых создается ИИСЭТ, в течение тридцати дней с даты принятия Правительством Российской Федерации решения о создании ИИСЭТ заключают соглашение (далее - соглашение о создании ИИСЭТ), в котором устанавливаются:

- объем и сроки финансирования создания инженерной, транспортной, социальной, инновационной и иных инфраструктур ИИСЭТ за счет средств федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации, местного бюджета;
- план информационного и материально-технического оснащения ИИСЭТ;
- комплекс мероприятий по разработке перспективного плана развития ИИСЭТ и порядок их финансирования;
- права на имущество, созданное за счет средств федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации, местного бюджета в соответствии с планом обустройства и материально-технического оснащения ИИСЭТ, а также на объекты инфраструктур ИИСЭТ, функционирующие в рамках ИИСЭТ и непосредственно с ней связанные;
- порядок управления объектами недвижимости и объектами инфраструктуры, созданными за счет средств федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации, местного бюджета и относящихся к ИИСЭТ, а также порядок эксплуатации и содержания таких объектов, в том числе осуществления их капитального ремонта;

- порядок владения, пользования и распоряжения имуществом, созданным за счет средств федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации, местного бюджета и относившихся к ИИСЭТ, после прекращения существования ИИСЭТ;

- обязательства органов государственной власти субъекта Российской Федерации по предоставлению налоговых льгот участникам ИИСЭТ;

- порядок формирования наблюдательного совета ИИСЭТ и функционирования единой информационной системы поддержки жизненного цикла продукта ИИСЭТ;

Объекты инфраструктуры ИИСЭТ могут создаваться за счет различных источников.

ИИСЭТ создается на срок достижения цели определенной в рамках базового интегрирующего компонента.

Досрочное прекращение существования ИИСЭТ допускается только в случае, если:

- это вызвано необходимостью защиты жизни и здоровья людей, охраны природы и культурных ценностей, обеспечения обороны страны и безопасности государства;

- в течение трех лет с даты создания ИИСЭТ не заключено ни одного соглашения об осуществлении (ведении) промышленно-производственной или технико-внедренческой деятельности в части реализации целей, сформулированных в рамках базового интегрирующего компонента либо все ранее заключенные соглашения расторгнуты;

- в течение года в ИИСЭТ его резидентами не осуществляется промышленно-производственная или технико-внедренческая деятельность.

Управление ИИСЭТ возлагается на федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный осуществлять функции по управлению ИИСЭТ, и его территориальные органы.

Резидентом технико-внедренческой ИИСЭТ признается коммерческая организация, за исключением унитарного предприятия, зарегистрированная в соответствии с законодательством Российской Федерации на территории муниципального образования и заключившая с органами управления ИИСЭТ соглашение о ведении технико-внедренческой деятельности в порядке и на условиях, предусмотренных настоящим Федеральным законом и поддерживающие функционирование единой информационной системы поддержки жизненного цикла продукта.

Индивидуальный предприниматель или коммерческая организация признаются резидентами ИИСЭТ с даты внесения соответствующей записи в реестр резидентов ИИСЭТ.

Органы управления ИИСЭТ вносят в реестр резидентов ИИСЭТ запись о регистрации указанного лица в течение трех дней с даты подписания с ним соглашения об осуществлении (ведении) промышленно-производственной или технико-внедренческой деятельности.

Органы управления ИИСЭТ выдают резиденту ИИСЭТ свидетельство, удостоверяющее регистрацию лица в качестве резидента ИИСЭТ, а так же вносят соответствующие изменения в информационную систему ИИСЭТ.

Лишение лица статуса резидента ИИСЭТ допускается только в судебном порядке в случаях, предусмотренных настоящим Федеральным законом, и влечет за собой прекращение действия соглашения об осуществлении (ведении) промышленно-производственной или технико-внедренческой деятельности.

Резидент ИИСЭТ вправе вести в рамках ИИСЭТ только промышленно-производственную деятельность в пределах, предусмотренных соглашением о ведении промышленно-производственной деятельности.

Индивидуальные предприниматели и коммерческие организации, вправе осуществлять деятельность не предусмотренную соглашением о ведении производственно-промышленной или технико-внедренческой деятельности, однако в отношении этих видов деятельности индивидуальный предприниматель или коммерческая организация не являются резидентами ИИСЭТ информация об этой деятельности соответствующим образом отражается или не отражается в рамках информационной системы ИИСЭТ по усмотрению хозяйствующего субъекта и на них соответственно не распространяется система преференций, характерная для резидентов ИИСЭТ.

Таким образом, в работе представлены методические основы формирования механизмов государственной поддержки интегрированных инновационных структур экстерриториального типа.

Мосина Е.И., Самостроев Г.М.
**ПРОДВИЖЕНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА
 НА ОСНОВЕ EVENT-МАРКЕТИНГА**

Орловский государственный технический университет

Непременным условием построения эффективных маркетинговых коммуникаций по поводу продвижения стратегии развития региона является применение не только стратегических, но и тактических инструментов и технологий.

В рамках данной статьи рассматриваются возможности event маркетинга, который является современной эффективной тактической технологией продвижения товаров и услуг, направленной на целевую аудиторию. Event marketing, представляя собой альтернативу традиционной рекламе, известен как один из действенных инструментов формирования благоприятного отношения к организации или ее продуктам. Зарубежный опыт показывает, что event marketing становится все более популярным, и все большее число компаний на рынке традиционных товаров включает его в свою программу коммуникаций.

По нашему мнению, event marketing как технология может быть с успехом применен и для продвижения специфических товаров, к числу которых относится стратегия развития региона. Его возможностями должны умело пользоваться политические партии, общественные движения, органы управления регионами, которые занимаются разработкой и продвижением стратегии развития.

В России термин «event marketing» переводится с английского дословно как событийный маркетинг. Перевод достаточно точно отражает сущность событийного маркетинга, в основе которого лежит событие или же комплекс специальных мероприятий, организованных для продвижения товара или услуги. При этом специальное событие представляет собой своеобразную форму вовлечения существующих и потенциальных клиентов посредством управления его действиями и переживаниями в культуру бренда, корпоративной или другой общности. В результате формируется эффективный канал продвижения компании, продукта, услуги, повышения узнаваемости марки, что способствует достижению поставленных субъектом управления целей.

К числу основных принципов событийного маркетинга относятся:

- системный подход;
- включение мероприятий в маркетинговую стратегию компании;
- четкое планирование системы event-мероприятий;
- активное вовлечение реальных и потенциальных потребителей продукта или услуги в событие;
- пролонгированное действие;
- сочетание маркетингового и креативного подходов.

Создание успешного маркетингового мероприятия предполагает последовательное прохождение таких этапов, как:

- исследование рынка или конкретной ситуации;
- позиционирование товара или услуги;
- разработка концепции мероприятия;
- планирование мероприятия;
- реализация проекта мероприятия.

В ходе реализации данных этапов, учитывая сложность экономического товара «стратегия развития региона», эффективность маркетинговых коммуникаций может быть достигнута за счет упрощения предложения стратегии, концентрации внимания покупателей на одном или нескольких из ее многочисленных достоинств. Для усиления воздействия коммуникаций на потребителей аналогичным образом должны быть сфокусированы и другие маркетинговые мероприятия, осуществляемые субъектом управления [1].

Желаемый выбор потенциальными покупателями предлагаемого заинтересованным субъектом управления варианта стратегии развития возможен при осуществлении интеграционных маркетинговых коммуникаций. Это означает, во-первых, необходимость учета всех адресованных потребителям обращений; во-вторых, обеспечения последовательности и взаимосвязи всех адресованных потребителям обращений; в-третьих, обеспечения взаимодействия между всеми участниками коммуникационного процесса; в-четвертых, учета жизненного цикла стратегии развития региона.

Следует подчеркнуть два важных обстоятельства, имеющих непосредственное отношение к организации маркетинговых коммуникаций в ходе формирования и реализации стратегии развития региона.

Во-первых, в условиях современной научно-технической революции важно учитывать, что PR-технологии приспособливают не товар к потребностям населения, а наоборот – потребителей к товару [3]. Одна из связанных с этим опасностей – самопрограммирование. Тот, кто формирует чужое сознание, обязательно меняет и свое. Даже не поддаваясь соблазну решать реальные проблемы стратегического развития «промывкой мозгов», лишь просто убеждая кого-то в чем-то, он неминуемо убеждает в этом и себя, теряя при этом объективность. Поэтому информационные технологии могут лишить адекватности не только отдельные структуры, но и системы управления в целом.

Во-вторых, продвигая стратегию развития, следует весьма осторожно обращаться с установками на обеспечение регионом конкурентных преимуществ. Дело в том, что сегодня конкуренция уже не приносит, как прежде, тех положительных результатов, которые примиряли бы общество с сопровождающими ее отрицательными последствиями. Поэтому в настоящее время актуален акцент на достижение эффективного взаимодействия и партнерство, а маркетинговые коммуникации должны строиться с ориентиром на позитивный – удовлетворение потребностей, - а не на негативный – обеспечение победы в конкурентной борьбе, - результат.

В основе успешного event-мероприятия лежит согласованная с брендом креативная идея, хорошо продуманная и прогнозируемая с точки зрения затрат и результатов. Затем разрабатывается четкая концепция реализации этой идеи, а также форма ее подачи, что является непременным условием успеха. Решение о проведении специального event-мероприятия должно приниматься с учетом многих показателей состояния стратегии развития как бренда. К примеру, предлагаемые разработчиками варианты стратегии могут существенно различаться не только по направлениям и приоритетам развития, но и по таким важнейшими ее свойствам, как:

- затраты материальных, трудовых и финансовых ресурсов, необходимые для реализации стратегии;
- время, необходимое для реализации стратегии;
- потери материальных, трудовых и финансовых ресурсов, а также экологические потери, которые могут быть связаны с процессом реализации стратегии развития [3].

Так, весьма удачным брендом стратегии развития России «500 дней», предложенной партией «Яблоко», можно считать акцент на время, необходимое для реализации стратегии. Однако посредники, получившие заказ на продвижение данной стратегии, не сумели грамотно учесть и использовать особенность показателей ее состояния как бренда.

В этой связи чрезвычайно важно, чтобы агентства, получившие заказ на продвижение стратегии, делали не то, что умеют, а то, что необходимо тому или иному конкретному разработчику стратегии.

Несмотря на кажущуюся простоту, event marketing - сложная технология, внешне напоминающая многослойный пирог. При этом по определению в данной технологии отчетливо прослеживаются две взаимосвязанных составляющих: сквозное действие, направленное на достижение поставленной цели, а также событийный ряд, определяющий характер всего происходящего.

Первый слой представляет собой события, которые должны быть положены в основу маркетингового мероприятия, составляющие сюжетную канву сквозного действия. Они могут быть самыми различными, в том числе иметь характер:

- деловой - встречи на высшем уровне, конференции, конгрессы, выставки;
- обучающий - тренинги, семинары;

- спортивный - соревнования, турниры, конкурсы;
- развлекательный - концерты, шоу.

Второй слой – различные промо-акции, осуществляемые в рамках основного маркетингового мероприятия: консультации, дегустации, презентации, тест-драйвы и др. Они должны быть проведены с учетом специфики целевой аудитории, ее интересов и предпочтений. Наиболее подходящий формат специального события определяется исходя из задач разработчика стратегии развития.

В зависимости от целевой аудитории (население, местное бизнес сообщество, внешние агенты, во внимании которых заинтересован регион) можно выделить следующие четыре разновидности специальных мероприятий.

Во-первых, мероприятие по запуску информации в СМИ (press-launch).

Например, спорные положения стратегии развития целесообразно вынести на обсуждение в прессе с участием представителей различных партий и общественных движений. Привлекательная идея пресс-конференции может сделать событие популярным.

Во-вторых, мероприятие-презентация для приглашенных гостей (PR-launch). Например, 25 апреля 2008 г. в г. Орле была проведена научно-теоретическая конференция «Стратегия социально-экономического развития России: новый этап», на которую были приглашены известные российские ученые – философы и экономисты. Результатом проведения конференции стало последующее массовое освещение события в средствах массовой информации. А затем последовало обсуждение проблемы в локальных группах. Так, 30 апреля в ОрелГТУ был организован круглый стол с участием депутатов Государственной Думы, представителей Областного и Городского совета народных депутатов, предпринимателей, преподавателей вузов города, молодежных организаций и других заинтересованных лиц. Данное событие несло в себе вполне конкретную маркетинговую составляющую - представить концепцию развития страны и региона, дать импульс для развития делового партнерства научного сообщества и власти по поводу формирования и продвижения стратегии развития региона, что и было с успехом сделано.

В-третьих, массовое мероприятие по продвижению бренда/стратегии развития среди населения. В качестве примера можно использовать проведение торжественных мероприятий по случаю национальных праздников, дня города и других событий, в рамках которых рекламируется стратегия развития, где целевая аудитория может ознакомиться с отдельными положениями стратегии, проголосовать с помощью текстовых сообщений за стратегические приоритеты и свою партию, проконсультироваться со специалистами.

В-четвертых, промо-акции и долгосрочные соглашения по event маркетингу с владельцами объектов размещения и питания, которые можно использовать для осуществления поддерживающих стратегию развития мероприятий. В этих же целях можно проводить специальные мероприятия в торговых центрах, что специалистами выделяется как динамично развивающийся сегмент event-маркетинга. Здесь могут быть использованы возможности конкретных бизнес-структур, заинтересованных в увеличении количества посетителей и уровня продаж, а также повышении лояльности к торговому центру или бренду. Подобные мероприятия, благодаря специфике крупных торговых центров, наиболее актуальны для программ в будние дни; можно также говорить о приоритетности подобных мероприятий для только что открывшихся торговых центров и магазинов.

Максимальную эффективность event-мероприятия обеспечивает третий слой event-маркетинга, на котором в рамках интеграционного маркетинга региона осуществляется взаимодействие заинтересованных субъектов управления [3]. Данный слой event маркетинга представляет собой особое направление организации маркетинговых коммуникаций, что требует отдельного рассмотрения.

Специалисты высоко оценивают эффективность технологий event-маркетинга [4, 5], что позволяет нам выделить наиболее существенные возможности, которые предоставляются субъекту управления, продвигающему свою стратегию развития, и которые недоступны традиционным инструмен-

там ATL. В частности, событийный маркетинг позволяет, удовлетворяя специфические запросы разработчиков стратегии развития:

- реализовывать программу продвижения стратегии в разных направлениях, избирательно расширяя охват целевой аудитории, используя все доступные средства рекламы, PR и BTL;
- достигать более высокой активности и восприимчивости целевой аудитории, поскольку маркетинговое сообщение органично вплетено в событийную канву и аудитория в буквальном смысле живет в нем;
- избежать ощущения, что маркетинговая информация о стратегии навязана извне, так как люди посещают специальные мероприятия добровольно;
- создать у потребителей стратегии развития феномен единения, принадлежности к чему-то общему, поскольку группа генерирует массовые эмоции, более сильные по своему характеру;
- влиять на стиль жизни пользователей стратегии развития посредством формирования приверженности бренду;
- формировать лояльность потребителя, поскольку позитивные эмоции от успешного мероприятия переносятся на предлагаемую стратегию развития;
- обеспечивать пролонгированный, «долгоиграющий эффект», поскольку кампания начинается задолго до события в анонсах, афишах, приглашениях, пресс-конференциях и продолжается в последующих итоговых выступлениях, гастрольных поездках и, конечно, публикациях СМИ;
- накапливать предварительные знания о потребителе, поскольку аудитория, непосредственно участвующая в событии, может рассматриваться как огромная фокус-группа, на которой проводится апробация предлагаемой стратегии;
- развивать отношения со СМИ, дает простор для многоступенчатой работы с ними, формирует их интерес и расположение;
- активизировать различные группы представителей целевой аудитории;
- снижать затраты отдельно взятых субъектов управления, поскольку они могут консолидировать свои усилия в рамках одного события и одной целевой аудитории;
- проводить специальные мероприятия там, где реклама не действует или оказывает негативное влияние на существующих и потенциальных пользователей;
- решить на месте ряд деловых вопросов с агентами, во внимании которых заинтересован регион, пока они находятся под впечатлением от проводимого мероприятия.

Таким образом, событийный маркетинг - одно из самых перспективных направлений коммуникационной политики в отношении стратегии развития региона. Наиболее популярными темами для проведения специальных мероприятий в целях продвижения стратегии развития могут быть экстремальные виды спорта, зрелищные единоборства и фестивальные шоу на открытом воздухе [6]. Эти виды активности лучше всего соответствуют стратегическим приоритетам развития, которые интересуют современных людей: экологическая безопасность, сохранение культурного наследия, оздоровление населения, укрепление семей.

По мере роста понимания роли event-маркетинга в продвижении стратегии развития можно прогнозировать повышение его эффективности за счет использования интеграционного подхода, увеличения количества событийных мероприятий и заинтересованных в них спонсоров.

1. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. 2-е изд., доп. СПб.: Питер, 2006. 416 с.
2. Солодников В. BTL в российской системе рекламных координат // Реклама. Теория и практика. 2005. № 1.
3. Самостроенко Г.М. Формирование стратегии развития региона на основе интеграционного маркетинга. Орел: ОРАГС, 2002. 302 с.
4. Электронный ресурс // Режим доступа: www.eventmarket.ru
5. Электронный ресурс // Режим доступа: www.event-solutions.com
6. Электронный ресурс // Режим доступа: www.mallmarketing.ru

IV. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Никитин С.А., Фаустова И.Л.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Орловский государственный институт экономики и торговли

В современном мире условием сохранения и развития цивилизации является обеспечение человека достаточным количеством топлива и энергии при возрастающих материальных и духовных потребностях людей и сложности экологических проблем. Ограниченность запасов традиционных топливно-энергетических ресурсов заставляет обратиться к энергосбережению как одному из основных элементов современной концепции развития энергетики.

Энергосбережение означает переход к энергоэффективным технологиям во всех отраслях экономики. Энергосбережение предполагает рациональное энергоиспользование во всех звеньях преобразования энергии – от добычи первичных энергоресурсов до потребления всех видов энергии конечными пользователями.

Проблемы энергосбережения актуальны и решаются во всех странах, но при общем содержании конкретные способы и пути решения диктуются национальными, природно-геологическими и социально-экономическими особенностями и условиями каждой страны.

В настоящее время энергоемкость ВВП России в 3-4 раза выше, чем в странах Западной Европы и США. Подобный разрыв в эффективности использования энергоресурсов обусловлен не только различиями в климате, но и уровнем используемых техники и технологий. Вхождение России в мировую экономическую систему и связанная с этим задача повышения конкурентоспособности отечественного производства предопределяют необходимость перевода экономики на энергоэффективный путь развития промышленности.

До недавнего времени анализу энергетической составляющей в себестоимости продукции не уделялось достаточного внимания из-за низкого ее влияния, обусловленного искусственно низкими ценами на топливно-энергетические ресурсы. В 2001 г. расходы на электроэнергию увеличились на 40 %. Это связано с увеличением стоимости тарифа на электроэнергию с 0,27 руб. за 1 кВтч до 0,41 руб. за 1 кВтч и увеличением энергопотребления на 16 %. Рост объема выпускаемой продукции в 2001 г. составил 22 %. Данная динамика свидетельствует о необходимости реализации мероприятий по энергосбережению.

Одним из показателей, характеризующим энергоемкость российской промышленности, является доля затрат на энергию в общей структуре себестоимости продукции. Эта величина в России варьирует от 6-9 %, тогда как в развитых западных странах она равна 2-3 %.

Произведем расчет удельного веса электроэнергии в себестоимости продукции основных крупных предприятий города Ливны Орловской области за 2007 г.

Таблица 1
Расчет удельного веса электроэнергии в себестоимости продукции предприятий г. Ливны Орловской области

Предприятия	Себестоимость, тыс.руб.	Объем потребляемой электроэнергии, тыс.руб.	Удельный вес электроэнергии в себестоимости продукции, %
А	264498	26754	10,12
Б	228930	22873	9,99
В	358237	28943	8,08

Таким образом, расчет, проведенный в таблице, свидетельствует о большом удельном весе электроэнергии в себестоимости продукции предприятий г. Ливны и соответственно о тех дополни-

тельных затратах, которые они несут. Контроль за потреблением энергии является задачей менеджеров и энергетиков. На основе оценки энергозатрат могут быть сформулированы простые меры по их сокращению, а также получены обязательства от администрации по их выполнению и намечены целевые мероприятия по эффективному энергопользованию.

Проведем сравнительную сценку энергоэффективности промышленных предприятий г. Ливны, используя для этого методический подход к комплексной оценке эффективности электропотребления, разработанную Авериной Т.Н., по формуле:

$$y = 7,1574 \cdot k^{1,1703} \cdot \varphi^{0,2326},$$

где k - стоимость активной части основных производственных фондов,

φ - величина электропотребления.

Расчет представим в таблице 2.

Предприятие	k , тыс.руб.	φ , тыс.руб.	y , млн.руб.
А	43696	201571	33057,8
Б	71720	94895	49547,1
В	52345	147567	37980,6

Таким образом, расчеты показывают, что наиболее энергоэффективным является предприятие В, так как у него минимальное значение общей энергоэффективности и наименьший удельный вес электроэнергии в себестоимости продукции.

Для решения вопросов о создании системы управления повышением энергоэффективности на промышленных предприятиях необходимо предложить следующие направления:

- оснащение приборами учета, а при необходимости и организация автоматизированных систем учета энергетических ресурсов, налаживание системы по сбору, обработке и анализу полученной информации;
- проведение энергетических обследований объектов;
- разработка программы энергосбережения на предприятии;
- учет экономии энергоресурсов с целью формирования финансово-экономического механизма реализации энергосберегающих мероприятий (принцип возвратности средств за счет полученной экономии ТЭР).

Требуется эффективная энергоинформационная система для обеспечения оптимального уровня энергоснабжения. Эффективный контроль за использованием энергии приведет к стабильной экономии затрат в ходе выполнения проектов по эффективному использованию энергии, выявлению новых возможностей для экономии и созданию банка данных об энергопотреблении с целью контроля и сравнения.

По нашему мнению целесообразно составлять график выполнения программы контроля и планирования электроэнергии, приведенный в таблице 2.

Таблица 2

График выполнения программы контроля и планирования электроэнергии для больших предприятий

Виды деятельности	Месяцы											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Энергетическая проверка	▶											
2. Установка промежуточных датчиков		▶	▶	▶								
3. Сбор вспомогательной информации				▶	▶	▶						
4. Предварительное планирование мероприятий					▶	▶						
5. Осуществление контроля и планирование					▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶	▶
6. Подробные исследования									▶	▶	▶	▶
7. Целевое планирование										▶	▶	▶

В связи с этим энергосбережение должно стать ключевым направлением экономического оздоровления предприятий и выхода их из кризисного состояния. Сегодня работа по энергосбережению на предприятиях ведется крайне слабо или вообще не ведется. Энергозатраты на производство промышленной продукции в 1,5-2,0 и более раз выше возможных достигнутых в промышленно развитых странах.

Высокими энергозатратами в значительной мере обусловлены экономические проблемы предприятий: высокие издержки производства, недостаток оборотных средств, неплатежи, трудности сбыта продукции и кризисные явления в экономике в целом.

К основным причинам, обуславливающим пассивное отношение к энергосбережению можно отнести следующие:

- работа по энергосбережению на предприятиях не организована; нет должностных лиц, ответственных за эту важнейшую сторону производственно-экономической деятельности предприятия и организацию этой работы;

- руководство предприятий не всегда уделяет должное внимание проблеме энергосбережения, недооценивает его возможности и значимость;

- отсутствуют экономические стимулы энергосбережения, не разработаны другие экономические аспекты проблемы (налоговые, инвестиционные, вопросы кредитования и субсидирования, создания и использования фонда энергосбережения и другие);

- не организовано обучение и повышение квалификации производственного персонала в сфере энергосбережения;

- не организовано должным образом информационное обеспечение и обмен опытом в области энергосбережения.

Таким образом, на сегодняшний день энергосбережение на предприятиях и в организациях становится насущной задачей. Цена на энергоносители, а с ними и на электроэнергию и тепло поставляемое централизованно постоянно возрастает. В себестоимости конечной продукции промышленных предприятий высока доля затрат на тепловую и электрическую энергию (в полтора – два раза выше, чем в промышленно развитых странах), что негативно сказывается на конкурентоспособности товаров и оборудования произведенного на отечественном производстве.

Сегодня никому не нужно доказывать, что проблема энергосбережения чрезвычайно актуальна как на государственном уровне, так и для отдельно взятых предприятий, в первую очередь — промышленных. Одним из основных направлений в этой области является производство и внедрение сертифицированных приборов, систем учета и регулирования расхода энергоресурсов. Все это в конечном итоге будет способствовать энергосбережению на предприятиях города Ливны.

Попова Л.В., Перельгина И.Н.

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СТРУКТУРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КООПЕРАТИВА

Орловский государственный технический университет

Налоговое планирование является одной из главных составляющих частей процесса финансового планирования, основной задачей, которой является предварительный расчет вариантов сумм прямых и косвенных налогов по результатам общей деятельности, по отношению к конкретной сделке или проекту (группе сделок) в зависимости от различных правовых форм ее реализации.

Представленные в научной литературе способы определения налоговой нагрузки лишь в определенной степени применимы для предприятий торговли: они не учитывают специфики торговой отрасли, множественности налоговых режимов, ставок косвенного налогообложения (по НДС) и др.

Современные торговые предприятия, а в частности кооперативы, преимущественно работают в следующих системах налогообложения:

- общая система налогообложения, подразумевающая уплату налога на прибыль;
- система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход;
- упрощенная система налогообложения.

При анализе налогового планирования потребительского кооператива необходимо учесть следующие факторы. Во-первых, основным источником самофинансирования торгового предприятия является валовой доход (ВД) - превышение выручки от продажи товаров над затратами по их приобретению. Во-вторых, широкий ассортимент реализуемых товаров порождает необходимость применения различных ставок налога на добавленную стоимость (НДС). В-третьих, многие потребкооперативы одновременно работают как в сферах деятельности, находящихся на общем режиме налогообложения (например, оптовая торговля), так и переведенных на специальные налоговые режимы в виде единого налога на вмененный доход - ЕНВД (розничная торговля).

В большинстве случаев план экономического и социального развития торговой деятельности потребительского кооператива состоит из пяти разделов: розничный и оптовый товарооборот и товарное обеспечение; финансовый план; развитие материально-технической базы; социально развитие коллективов; план по труду. На основе разработки такого плана строится прогноз, а затем план налогообложения деятельности в соответствии с системой налогообложения, применяемой в организации. Планы могут разрабатываться в виде долгосрочных - до 10 лет, среднесрочных - от трех до пяти лет, текущих - до одного месяца. В основе планирования - товарооборот по каждой ассортиментной группе товаров.

Розничный товарооборот может прогнозироваться в следующей последовательности:

- 1) оценивают ожидаемое выполнение плана за текущий год;
- 2) исчисляют среднегодовые темпы товарооборота за два-три года, предшествовавших периоду прогноза;
- 3) на основании анализа первых двух позиций экспертным методом устанавливают в процентах темпы роста (снижения) продажи отдельных товаров (товарных групп на прогнозируемый период).

Представим структуру планирования торговой деятельности на рисунке 1.

Умножением объема ожидаемого товарооборота за текущий год на прогнозируемый темп роста продаж можно рассчитать товарооборот в прогнозируемом периоде. Необходимые товарные ресурсы состоят из ожидаемого товарооборота и товарных запасов. Товарные запасы могут измеряться в натуральном и денежном выражении или в днях оборота. Товарные запасы обычно планируют на основе экстраполяции данных по четвертому кварталу за ряд лет. Товарное обеспечение определяют путем сравнения потребности в необходимых товарных ресурсах и их источников. Необходимые товарные ресурсы рассчитывают как сумму товарооборота, вероятного прироста товарных запасов за минусом естественной убыли товаров и их уценки. Финансовый план торгового предприятия включает кассовый план, кредитный план и сметы доходов и расходов.

Кассовый план составляют поквартально, в кредитном плане определяют потребность в различных видах кредита, в смете доходов и расходов - по статьям доходы и поступления денежных средств, расходы и отчисления средств. Объектами планирования материально-технической базы является общая потребность в торговой площади, торговых предприятиях, их размещение и специализация, потребность в механизмах и оборудовании, необходимые складские емкости. Показатели социального развития коллектива включают разработку планов повышения квалификации, улучшения условий труда и охраны здоровья работников, жилищных и культурно-бытовых условий, развития общественной активности. Достаточно сложным разделом является план по труду. В торговле ре-

результатом труда выступает не продукт, а услуга, здесь преобладают затраты живого труда в связи с затруднением механизации большинства трудоемких процессов.

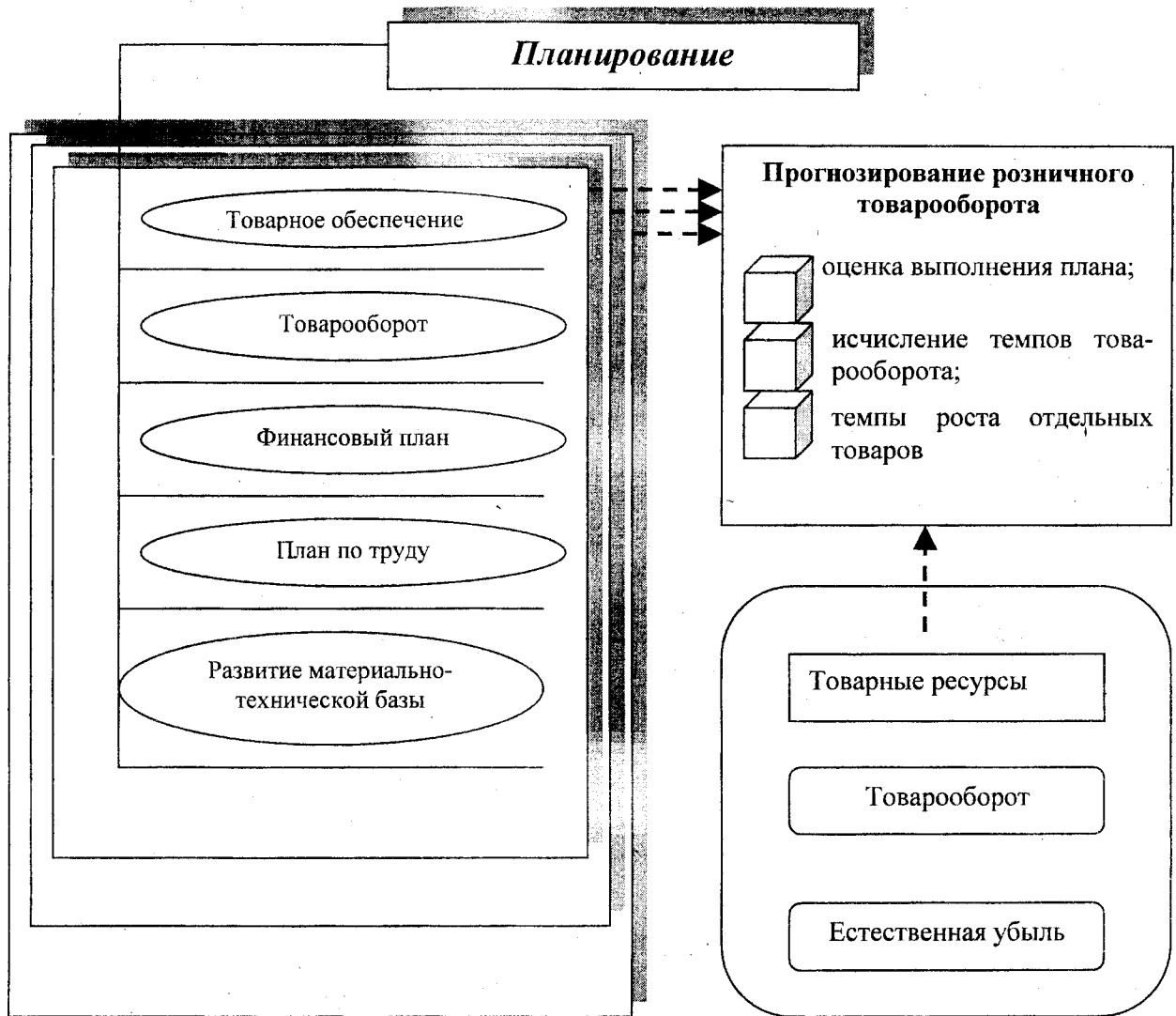


Рис. 1. Структура планирования и прогнозирования розничного товарооборота потребительского кооператива

Производительность труда в торговле измеряется показателями среднего товарооборота, приходящегося на одного работника за определенный период времени, то есть сумма товарооборота делится на среднесписочную численность работников. В связи с тем, что реализация различных товаров по своей трудоемкости не одинакова, при планировании следует учитывать изменения в товарообороте, индексы цен, ассортиментный состав товаров.

Как при общем режиме налогообложения, так и при использовании режима в виде единого налога на вмененный доход, необходимо знать уровень прибыли (или вмененного дохода). В зависимости от этого показателя определяется уровень планируемых налоговых издержек.

Каждому потребительскому кооперативу необходима информация о возможностях получения прибыли с упреждением на несколько (2-5) лет, об ожидаемом ее объеме на предстоящий период (квартал, полугодие, 9 месяцев и год), и соответственно об уровне налогового бремени.

Поэтому потребительские кооперативы прогнозируют прибыль на 3-4 года и разрабатывают планы на предстоящий период.

Предприятиям это также необходимо для того, чтобы спланировать отчисления в налоговые органы.

Представим механизм налогового планирования на рисунке 2.

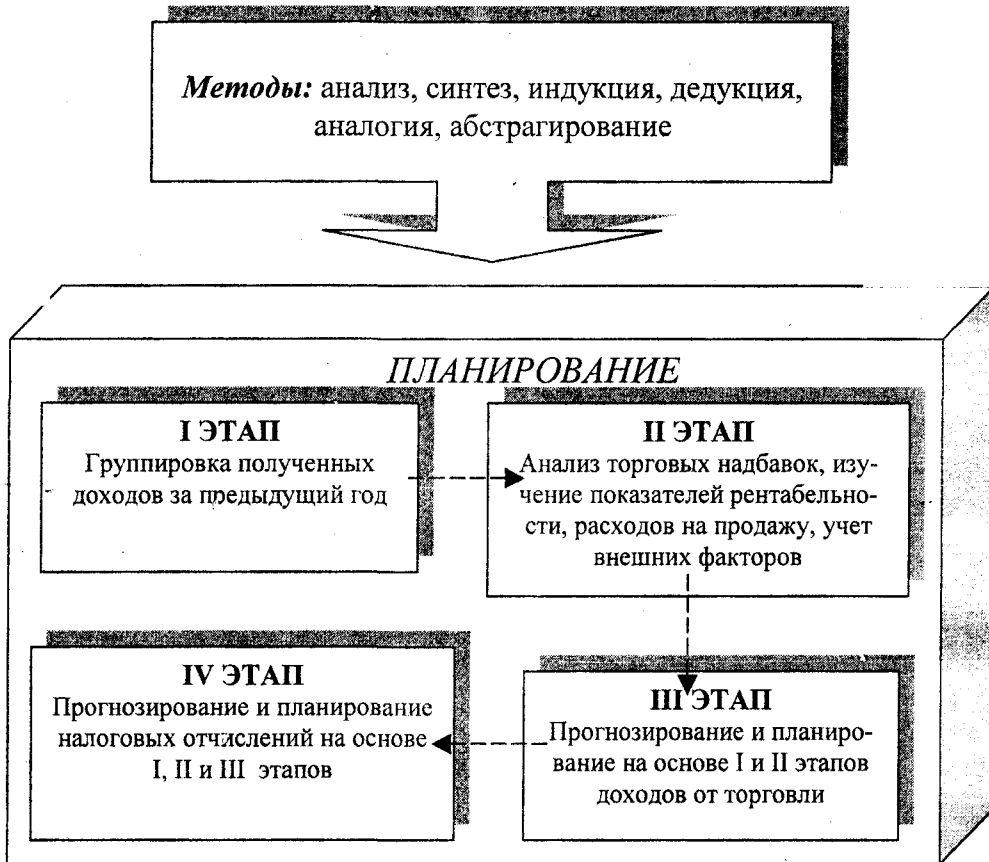


Рис. 2. Этапы прогнозирования и планирования налогообложения торговой деятельности

Прогнозирование широко используется как предварительная стадия разработки планов прибыли и служит источником получения дополнительной информации при выработке решений по вопросам развития хозяйственно-финансовой деятельности. Прогнозы позволяют определить сроки возврата заемных средств, полученных или которые предстоит получить на длительный период, обосновывают возможности по решению вопросов пополнения собственных оборотных средств и др.

Планы на предстоящий период ориентируются также на достижение долговременных целей и предусматривают использование всех имеющихся возможностей (оптимальных), с точки зрения кооператива, размерах. Процесс прогнозирования и планирования прибыли начинается с обоснования прибыли от реализации товаров, услуг и установления налогооблагаемой прибыли, а завершается расчетами чистой прибыли.

Механизм управления формированием прибыли от реализации товаров строится с учетом тесной взаимосвязи этого показателя с объемом продаж, доходов и расходов на продажу потребительского кооператива.

На практике используют различные методы обоснования плановой величины доходов от торговой деятельности: метод технико-экономических расчетов; установление плановой суммы и уровня доходов с ориентацией на обеспечение необходимой прибыли; опытно-статистический метод.

Метод технико-экономических расчетов предусматривает реализацию результатов разработанной ценовой политики предприятия, т.е. устанавливается средний размер торговой надбавки по основным товарным группам исходя из их сложившегося уровня в предплановом периоде и корректировки этого уровня с учетом разработанной ценовой политики на предстоящий период. По остальным товарным группам, кроме основных, расчеты доходов выполняются исходя из сложившегося за предплановый период среднего уровня торговых надбавок и ожидаемого объема продаж в предстоя-

шем периоде. Средний уровень торговой надбавки необходимо определять также по совокупности групп товаров с различной целевой ориентацией ценовой политики и удельного веса этих групп товаров в плановом объеме продаж.

Расчеты доходов в данном случае строятся по следующей схеме:

$$D_T = \frac{T_i * \overline{TH}_i}{100 + \overline{TH}_i}; \quad (1)$$

$$\overline{TH}_i = \frac{\sum TH * 100}{TЗ_{нi} + П_i}; \quad (2)$$

$$\overline{TH}_j = \frac{\sum Y_i * \overline{TH}_i}{100}; \quad (3)$$

где D_T - доход от торговой деятельности в сумме;

T_i - объем продаж по i -й товарной группе;

\overline{TH}_i - уровень торговой надбавки по i -й товарной группе;

$\sum TH$ - сумма торговой надбавки на остаток товаров на начало периода и на величину поступивших товаров;

\overline{TH}_j - уровень торговой надбавки по группам товаров с определенной целевой ориентацией ценовой политики;

Y_i - удельный вес групп товаров с определенной целевой ориентацией ценовой политики в общем объеме продаж.

Группы товаров с различной целевой ориентацией ценовой политики различаются по признакам, например: группа товаров с уровнем торговых наценок, утверждаемых органами исполнительной власти и уровни торговых наценок по товарам и т. п.

Следующий метод представляет собой обоснование плановой суммы и уровня доходов с ориентиром на обеспечение необходимой прибыли. Он позволяет увязать планируемую сумму доходов с задачами развития торгового предприятия в предстоящем периоде.

Потребительские кооперативы рассчитывают величину прибыли от реализации товаров и услуг в следующей последовательности:

- 1) определяют потребность в чистой прибыли исходя из направлений ее использования;
- 2) учитывают налог на прибыль (при общем режиме налогообложения) и таким образом устанавливают валовую прибыль, либо учитывают вмененный доход (при едином налоге на вмененный доход);
- 3) просчитывают влияние тех факторов, которые характеризуют различия между прибылью от реализации и налогооблагаемой прибылью и перечислены в отчете о прибылях и убытках.

Прибыль от реализации можно также установить и с учетом ее величины за предплановый период в процентах к объему продаж, к расходам на продажи и тенденциям их изменений за 3-4 предшествующих года.

Учитывая все плановые показатели, доходы при общем режиме налогообложения рассчитывают по следующей формуле:

$$D_T = И + (П + НДС), \quad (4)$$

где И - расходы на продажу;

П - прибыль от реализации;

НДС - налог на добавленную стоимость.

При специальном режиме налогообложения налог на добавленную стоимость не учитывается. Обоснованность расчетов плановых доходов потребительские кооперативы могут проверить, изучив их распределение по направлениям использования - какая часть доходов используется на возмещение рас-

ходов на продажу, на образование прибыли и на возмещение налога на добавленную стоимость. Метод планирования прибыли от реализации товаров и услуг строится на основе соотношений плановых показателей: объема товарооборота, величины доходов и издержек обращения. Предприятия должны установить, при каком объеме продаж возможно обеспечить безубыточную работу, и затем установить объем продаж, который позволит достичь плановую прибыль. Точка безубыточности в торговле - это величина доходов в сумме, которая позволит предприятию покрыть все расходы на продажу (постоянные и переменные), не получая прибыли. Доходы от реализации товаров и услуг (без налога на добавленную стоимость) в точке безубыточности (D_T) в стоимостном выражении равны:

$$D_T = I_{пост} + I_{перем}, \quad (5)$$

или
$$D_T = I_{пост} + \frac{T_{ТБ} + \bar{I}_{перем}}{100}; \quad (6)$$

где $I_{пост}$ - издержки обращения в сумме постоянные и переменные;

$T_{ТБ}$ - объем продаж по плану, обеспечивающий безубыточную работу;

$\bar{I}_{перем}$ - уровень переменных издержек обращения.

Из указанной формулы объем продаж, при котором будет обеспечена безубыточная работа, составит:

$$T_{ТБ} = \frac{(D_T - I_{пост}) * 100}{I_{перем}}, \quad (7)$$

или
$$T_{ТБ} = \frac{I_{пост} * 100}{D_T - I_{перем}}. \quad (8)$$

Представим формирование точки безубыточности на рисунке 3.

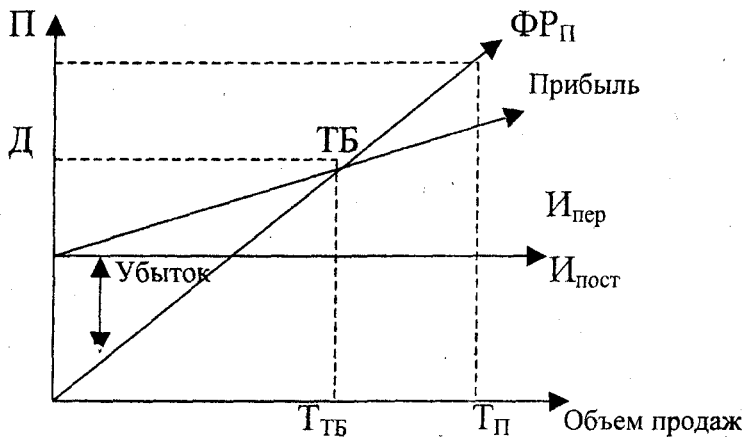


Рис. 3. Формирование точки безубыточности

где ТБ – «точка безубыточности»

ФР_П - взаимосвязь планового объема продаж и прибыли ;

T_П - плановый объем продаж;

T_{ТБ} - объем продаж, при котором будет обеспечена безубыточная работа;

I_{пост} - издержки обращения постоянные;

I_{пер} - издержки обращения переменные;

ФР_П - финансовый результат по плану;

D - доход от реализации товаров и услуг;

П - прибыль.

Из рисунка 3 видно, что при определенном объеме продаж ($T_П > T_{ТБ}$) торговое предприятие получит прибыль (П).

Так, при установленном объеме необходимой прибыли расчет планового объема продаж можно выполнить по следующим формулам:

$$T_n = \frac{(I_{\text{пост}} + \Pi) * 100}{D - I_{\text{пер}}}; \quad (9)$$

или

$$T_{\Pi} = \frac{(D - I_{\text{пост}} + \Pi) * 100}{I_{\text{пер}}}. \quad (10)$$

Итак, торговые предприятия должны:

- 1) увеличивать объем продаж по товарам, которые имеют высокий операционный рычаг, и если имеются возможности для увеличения объема продаж;
- 2) учитывать, что колебания объема продаж могут привести как к увеличению прибыли, так и к убыткам.



Рис. 4. Порядок формирования налоговой базы по единому налогу на вмененный доход для отдельных видов деятельности

На практике используется и метод планирования суммы прибыли от реализации товаров и услуг на основе учета сложившейся рентабельности продаж. При планировании прибыли можно ориентироваться на рентабельность продаж, если этот показатель превысил 3 % к объему продаж и имеет тенденцию к увеличению. Каждое предприятие должно установить этот показатель на предстоящий период на основе использования всех резервов его роста и плановую прибыль рассчитывать по формуле:

$$\Pi = \frac{T_n * P_n}{100}; \quad (11)$$

где Π - плановая прибыль в сумме;

R_n - показатель рентабельности продаж, установленный на предстоящий период;

T_n - плановый объем продаж.

Исходя из рассчитанной суммы прибыли можно рассчитать сумму налога, которую необходимо уплатить потребителю кооперативу путем умножения планируемой налогооблагаемой базы на ставку налога. Формирование которой рассмотрим на рисунке 4.

Налогообложение кооператива и его планирование зависит вида деятельности, а также от организационной структуры исследуемого предприятия. Налогообложение торговой деятельности представляет большую нагрузку на финансовую сторону потребительского кооператива, а поэтому его необходимо планировать.

Фаустова И.Л.

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ НОРМИРОВАНИЯ РАСХОДА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ В НАПРАВЛЕНИИ ПОЛИТИКИ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ

Орловский государственный технический университет

Основной потенциал энергосбережения на промышленных предприятиях определен в «Энергетической стратегии России на период до 2020 г.». Главной задачей данного документа является определение путей достижения качественно нового состояния топливно-энергетического комплекса в целом, рост конкурентоспособности продукции и услуг на мировом рынке, формирования мер и механизмов государственной энергетической политики с учетом прогнозируемых результатов ее реализации. Для промышленности и строительства на уровне 2020 г. он оценивается в 110-140 млн.т. условного топлива по отношению к 2000 г.

Энергоаудит промышленных предприятий показывает, что на многих из них нет не только научно-обоснованных норм расхода электроэнергии и даже методики по их определению.

Если в советское время Госплан разрабатывал «Основные положения по нормированию расхода топлива, тепловой и электрической энергии в народном хозяйстве», а Госэнергонадзор ежегодно контролировал выполнение норм расхода топливно-энергетических ресурсов, то сегодня в России нет ни одной официальной методики по нормированию расхода топливно-энергетических ресурсов в промышленности, а Госэнергонадзор утратил свои надзорные функции в связи с акционированием большинства промышленных предприятий. Ликвидированы также многие технологические проектные организации, которые занимались разработкой норм для своих министерств.

Государственный контроль над разработкой и выполнением норм расхода топливно-энергетических ресурсов имеется во многих странах. В США в 1971 г. были установлены теоретически минимальные удельные расходы топливно-энергетических ресурсов на выпуск продукции в семи наиболее энергоемких отраслях промышленности. В Англии для многих видов продукции установлены три значения удельных расходов топливно-энергетических ресурсов (хорошее, среднее и плохое), по которым при проведении энергоаудитов можно сразу определить энергетическую эффективность использования топливно-энергетических ресурсов.

Наиболее жесткие требования со стороны государства существуют в Японии. Министерство промышленности разрабатывает эталонные нормативы по экономии топливно-энергетических ресурсов ежегодно отчитываются о выполнении этих нормативов. К предприятиям, игнорирующим требования по экономии топливно-энергетических ресурсов, министерство может применять любые санкции, вплоть до закрытия.

В России оказать содействие в нормировании топливно-энергетических ресурсов должны были ГОСТ Р 51749-2001 «Энергосбережение. Энергопотребляющее оборудование общепромышленного применения. Виды. Типы. Группы. Показатели энергетической эффективности. Идентификация» и ГОСТ 51750-2001 «Энергосбережение. Методика определения энергоемкости при производстве продукции и оказании услуг в технологических энергетических системах. Общие положения». Однако попытки их применения для конкретных предприятий показали, что это невозможно, поскольку они носят декларированный характер, имеют много неточностей и предполагают использование данных, которых нет в опубликованной литературе по промышленной энергетике.

Так, в ГОСТ 51749-2001 установлены два показателя энергоэффективности на стадиях жизненного цикла: при производстве оборудования – энергоемкость, при эксплуатации (для производства продукции, выполнения работ) – удельные расходы и КПД, а в ГОСТ 51750-2001 приведена методика определения энергоемкости при производстве продукции и оказании услуг, то есть при эксплуатации. При этом авторы ГОСТ взяли за основу методику, разработанную для сельскохозяйственных предприятий. Данных по энергетическим эквивалентам промышленной продукции, которые являются определяющими в предлагаемой методике, в отечественной литературе нет. Поэтому непонятно для кого предназначена эта методика. Вместе с тем в отечественной литературе есть сведения об удельных расходах топливно-энергетических ресурсов для всех отраслей промышленности и некоторого энергопотребляющего оборудования, которые авторы ГОСТ не используют.

В России также практически нет системы контроля за показателями энергетической эффективности любой экономической деятельности.

Для приведения всех форм энергопотребления к единому универсальному показателю предлагается использовать особый параметр – технологическое топливное число (ТТЧ) – это затраты всех видов энергии в данном и во всех предшествующих переделах технологического процесса, пересчитанные на необходимое для их получения топливо (в килограммах условного топлива на единицу продукции), за вычетом тепловых, топливных, материальных и других полезно использованных вторичных энергоресурсов.

ТТЧ является объективной энергетической характеристикой технологического процесса, показателем полной энергоемкости готовой продукции.

В стандартах установлено 2 показателя энергетической эквивалентности продукции:

– производственная энергоемкость – расход энергии и (или) топлива на основные и вспомогательные технологические процессы изготовления продукции, выполнение работ, оказание услуг на базе заданной технологической системы;

– полная энергоемкость – расход энергии и (или) топлива на изготовление продукции, включая расходы на добычу, транспортирование, переработку полезных ископаемых и производство сырья, материалов, деталей с учетом коэффициента использования сырья и материалов. Этот показатель интегрирован не по отдельным переделам, а по конечной продукции. В ГОСТ 3 51750-2001 он определен как энергетический эквивалент продукции (изделия) – ЭЭИ.

Таким образом, первый показатель является как бы корпоративным, а второй – сугубо технологическим, где организационно-правовые формы субъектов рынка не должны учитываться.

Энергетический эквивалент продукции – основной показатель для сравнения эффективности различных технологических процессов, производящих одинаковую продукцию.

Произведем сравнительную оценку энергетического эквивалента продукции в различных отраслях промышленности. Значения энергетического эквивалента продукции при производстве приведены из руды (сырья) основных конструкционных материалов (в килограммах условного топлива на 1 килограмм изделия).

Данные энергетического эквивалента продукции в различных отраслях промышленности

Отрасль	Продукция	ЭЭИ, кг/кг продукции
Промышленность строительных материалов	Кирпич	0,15
	Цемент	0,25
	Стекло	1,5
Черная металлургия	Чугун	0,8
	Сталь	1
	Сталь (лист)	2
Цветная металлургия	Медь	4
	Алюминий	8
	Титан	35
Химическая промышленность	Азотная кислота	0,7
	Полипропилен	5
	Акрил (волокно)	10
Машиностроение	Штамповка	2,7
	Поковка из проката	3
	Сортовой прокат	2

Из данных таблицы видно, что энергетический эквивалент наиболее высок в машиностроении, химической промышленности и цветной металлургии. Затраты электроэнергии учитываются в трех формах:

- первичная энергия - \mathcal{E}_1 - энергия ископаемого топлива с учетом затрат на его добычу и доставку;
- производственная энергия - \mathcal{E}_2 - энергия преобразованных энергоносителей с учетом затрат на их производство;
- скрытая энергия - \mathcal{E}_3 - энергия, израсходованная в предшествующих пределах и суммированная в затратах на производство промежуточных сырьевых и других продуктов.

В 2006 г. Министерство промышленности и энергетики России организовало работу по утверждению нормативов технологических потерь электрической и тепловой энергии при передаче ее по электрическим и тепловым сетям, что, безусловно, приведет к снижению этих потерь. Но это даст экономии топливно-энергетических ресурсов по стране не более 5-10 %.

Таким образом, для получения значительно большей экономии (20-30 %) на промышленных предприятиях необходимо проводить работы по экономии топливно-энергетических ресурсов. Это также повысит энергетическую безопасность страны.

На промышленных предприятиях важно обеспечивать преемственность методов нормирования, которые существовали до 1990 г., а именно сохранить классификацию норм расхода: по степени агрегации (индивидуальные и групповые); по составу расходов (технологические и общепроизводственные); по периоду действия (годовые, квартальные, месячные), а также показатели состава норм и единиц норм расхода и методы разработки норм расхода (расчетно-аналитический, опытный и расчетно-статистический).

Магомедалиева О.В., Евсеева И.А.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕССНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ И СТОИМОСТНОЙ КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Орловский государственный технический университет

Ведя осмысленный поиск направлений повышения эффективности и средств оценки эффективности, необходимо переосмысливать деятельность всего предприятия и соответствующих подразделений. В этой связи можно рассмотреть преимущества двух концепций управления предприятием: процессно-ориентированной и стоимостной.

Переосмысление предприятия и его бизнес-единиц с точки зрения оценки результатов деятельности начинается с вопроса о том, откуда эти результаты появляются. Результаты деятельности появляются из бизнес-процессов предприятия, из его повседневной работы. Эта деятельность предприятия порождает затраты, но она же порождает выручку, которая превышает затраты в размере, необходимом для того, чтобы продукты и услуги предприятия создавали для его потребителей добавленную стоимость. Данные денежные потоки и ожидаемые будущие денежные потоки, в свою очередь, создают основу для оценки стоимости предприятия на финансовых рынках. На рисунке 1 показана причинно-следственная связь звеньев в цепочке оценки эффективности. Она начинается с бизнес-процессов и заканчивается затратами, выручкой и оценкой предприятия на финансовых рынках. Цепочка эффективности является продолжением идеи Майкла Портера о цепочке добавленной стоимости, но при этом включает в себя и затраты.

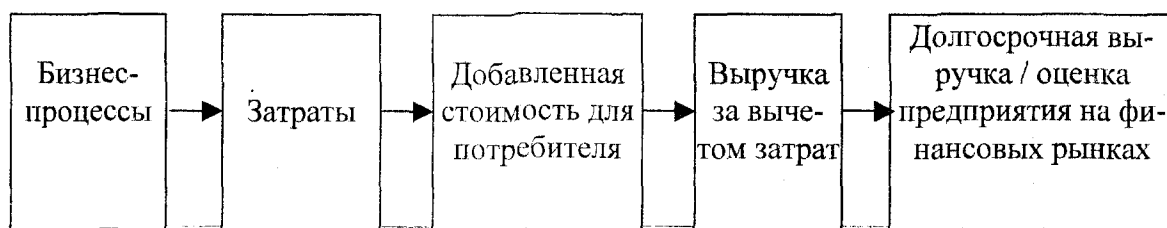


Рис. 1. Цепочка корпоративной эффективности

Цепочка оценки эффективности сразу позволяет сделать ряд выводов относительно проблемы оценки эффективности. Во-первых, звенья цепочки эффективности мало напоминают типичную организационную схему предприятия, составляя всего три основных компонента: предприятие, потребитель и бизнес-процесс.

Типичными элементами организационной схемы, как правило, являются предприятие, его бизнес-единицы, функциональные подразделения и рабочие группы. Большое количество бизнес-процессов происходит в рамках различных бизнес-единиц и функциональных подразделений, и при этом каждое из них обслуживает множество потребителей. Цепочка измерения эффективности ставит два вопроса: необходимо ли в соответствии с выполняемыми бизнес-процессами выделять на предприятиях бизнес-единицы меньшего размера, чем показано на организационной диаграмме, и как следует оценивать эффективность в этих мельчайших бизнес-единицах?

Кроме того, цепочка эффективности показывает, как выполнение бизнес-процессов порождает затраты, а потребители приносят доход, и как доходы и затраты соотносятся между собой на уровне предприятия. В связи с этим возникает вопрос о том, стоит ли сопоставлять затраты с потребителями, а также, соответственно, стоит ли сопоставлять доходы с бизнес-процессами, тем самым сравнивая затраты и выручку по отдельным потребителям и отдельным бизнес-процессам. Ситуация, когда предприятия относят затраты на определенных потребителей, является довольно распространенной.

Этот процесс иногда называют анализом потребительской рентабельности. Существует подход, изложенный в работах М.В. Мейера, соотнесения доходов с бизнес-процессами. Это позволяет сравнивать доходы с затратами по каждому процессу. Этот инструмент называют процессно-ориентированный анализ рентабельности. Возможность сопоставления с отдельными потребителями и бизнес-процессами доходов и затрат является одной из причин, почему для оценки эффективности лучше использовать цепочку эффективности, нежели организационную диаграмму предприятия. В то время как сопоставление затрат с организационными единицами возможно всегда, не всегда легко соотнести доходы по бизнес-единицам менее крупным, чем центры прибыли, или стратегическим бизнес-единицам предприятия.

Концепция цепочки эффективности несет в себе также ряд предположений о том, как мы рассматриваем предприятие в целом. Рассмотрим предприятие как взаимосвязанную систему бизнес-процессов. Процессы порождают затраты. Кроме того, процессы также могут создавать добавленную потребительскую стоимость, а могут и не создавать. Когда деятельность создает для потребителей добавленную стоимость, потребители становятся для предприятия источником доходов. Когда бизнес-процессы предприятия не производят добавленную стоимость, потребители воздерживаются от приобретения продукции предприятия. Таким образом, составляющими элементами предприятия являются бизнес-процессы, затраты, потребители (которые решают, какие именно процессы создают добавленную стоимость) и доходы. Элементарная концепция переключает наше внимание с эффективности предприятия в целом на бизнес-процессы предприятия, а также доходы и расходы, генерируемые этими процессами. Проблема для предприятия состоит в поиске тех бизнес-процессов, которые создают для потребителя добавленную стоимость и генерируют доходы, превышающие затраты, то есть в расширении таких процессов, а также в снижении затрат или устранении бизнес-процессов, доходы по которым не превышают затрат. Поиск правильных показателей эффективности становится менее актуальным, хотя, как мы увидим, в действительности соотнесение затрат и доходов с бизнес-процессами не всегда бывает легко выполнимо. Важно и то, что необходимость уравнивания или совмещения неоднородных показателей, являющаяся основным ограничением системы сбалансированных показателей, также исчезает.

Процессно-ориентированная концепция предприятия - это радикальный отказ от устоявшихся представлений о строении организации, однако очевидно, что настало время переосмыслить данные представления. Количество вариантов организационной структуры, предлагаемых учеными и консультантами, поражает воображение. Среди них есть плоские иерархические структуры, функциональные организации, дивизиональные структуры, матричные организации, совмещающие элементы функциональной и дивизиональной структур, циклические организации, гибридные модели, являющиеся отчасти иерархической и отчасти рыночной структурой, а также сетевые организации, в которых горизонтальные связи доминируют над вертикальными. Все представленные виды организации сосредотачивают внимание на внутренней архитектуре предприятия. За кадром остается тот факт, что значимость внутренней архитектуры снизилась по сравнению с внешними взаимосвязями, столь привлекающими внимание менеджеров. Причин тому несколько: в настоящее время существует гораздо больше предприятий чем когда-либо. Предприятия в среднем становятся меньше по масштабу, они формируют альянсы и совместные предприятия чаще, чем в прошлом, менеджеры все больше зависят от информации, поступающей на предприятие извне.

Положительным качеством процессно-ориентированной концепции является возможность упрощенного представления операционной среды предприятия - ключевыми критериями принятия решений становятся знания о том, чем я занимаюсь, сколько это стоит, кто потребитель и сколько потребитель готов заплатить - даже по мере усложнения операционной среды. От нашей способности доносить надежную информацию о затратах и доходах до персонала зависит соответствие или несоответствие предприятия данным критериям. Контраст между успехами различных предприятий в сокращении затрат и их неспособностью понять, какие последствия эти сокращения будут означать с

точки зрения изменения доходов, говорит о том, что набор инструментов, которые предприятия использовали для управления затратами (таких, как процессно-ориентированный учет затрат, - *Activity Based Costing*), возможно, следует трансформировать в инструмент оценки эффективности и применить его как к расходной (учет затрат), так и к доходной (учет выручки) частям бухгалтерской отчетности. То есть, подобно тому, как процессно-ориентированный учет затрат распределяет общую величину затрат на затраты по отдельным бизнес-процессам, распределить общую величину доходов на доходы от отдельных бизнес-процессов, исполняемых предприятием.

Сведение предприятий к бизнес-процессам, затратам, потребителям и доходам может позволить найти более совершенные пути повышения эффективности и получить высокие конечные результаты.

Иной подход к управлению промышленным предприятием предлагается в системе стоимостного менеджмента. В данной системе аналитические методы и приемы менеджмента направлены к одной общей цели: помочь предприятию максимизировать свою стоимость, строя процесс принятия управленческих решений на ключевых факторах стоимости.

Стоимость является лучшей мерой результатов деятельности современной организации. При отлаженном механизме управленческие процессы на разных уровнях организации подкреплены верной информацией и необходимыми стимулами для создания новой стоимости. Руководителю необходимы данные для количественного определения и сравнения стоимости альтернативных стратегий предприятия. На основе подобной информации он будет стремиться выбрать стратегию, увеличивающую стоимость предприятия. Оценивать работу менеджера следует, исходя из долгосрочных и краткосрочных целевых нормативов, которые служат показателями успеха в достижении конечной общей цели создания новой стоимости.

Основу управленческих процессов в системе стоимостного менеджмента составляет расчет и изучение ключевых факторов стоимости. В общем виде ключевые факторы стоимости являются параметрами деятельности организации, фактически определяющими стоимость бизнеса. В идеале система ключевых факторов стоимости должна состоять из набора показателей разных типов, позволяющих отслеживать финансовые и операционные параметры деятельности компании на различных временных горизонтах. Основная идея системы ключевых факторов стоимости для всей организации заключается в четком и формализованном определении основных параметров, определяющих стоимость компании как результат бизнеса, их детализации для каждого уровня управления и постановке конкретных задач для конкретных менеджеров, обеспечивающих их выполнение.

Не существует факторов, которые могут с равной эффективностью использоваться для анализа влияния на стоимость, как в торговых компаниях, так и в производственных, научно-исследовательских организациях и т.д. Для большинства фирм не существует такого единственного фактора, которые предопределяет устойчивую конкурентоспособность или отсутствие которого может разрушить бизнес. Факторы стоимости должны анализироваться с целью выделения наиболее предпочтительных параметров для управления на конкретном предприятии.

Управленческие действия стоимостного менеджмента должны классифицироваться по следующим признакам:

1. Непосредственное влияние на ключевые факторы стоимости.
2. Быстрота реагирования результата стоимости.
3. Размер чистого эффекта от действия, определяющий компромиссный выбор для стоимости предприятия.

Определяющим признаком является факт непосредственного влияния действия на ключевые факторы стоимости. Только при соблюдении этого условия можно говорить о том, что определенная мера является действием по управлению стоимостью.

Любая экономическая система, представляющая собой конкретное предприятие, характеризуется своими особенностями, поэтому мы утверждаем, что принципиально невозможно разработать универсальную систему ключевых факторов стоимости, которая будет подходить для любого промышленного

предприятия. В то же время процесс управления современной организацией необходимо строить на системе ключевых факторов стоимости, разработанной с учетом общих принципов и конкретных особенностей компании. Подобная система должна основываться на факторах, которые будут наиболее значимыми для управления в рамках определенного предприятия.

Предлагаемая методика отбора ключевых факторов стоимости по степени их значимости включает следующие критерии:

1. Чувствительность. Базовым элементом системы управления стоимостью конкретного предприятия должен быть тот показатель, изменение которого принесет более значительный прирост стоимости, чем изменение других параметров.

2. Степень управляемости. Фактор стоимости, включаемый в систему, должен быть управляем, лучше всего, с позиции одновременно нескольких уровней менеджмента предприятия.

3. Экономическая эффективность. Ее расчет можно провести на основе оценки чистой текущей стоимости доходов:

$$NPV_{\phi_j} = \Delta V(j) - \sum_{i=1}^n \frac{P(j)_i}{(1+d)^i}, \quad (1)$$

где NPV_{ϕ_j} – чистая текущая эффективность j -го фактора стоимости;

$\Delta V(j)$ – прирост ценности предприятия от воздействия на j -й фактор стоимости;

$P(j)_i$ – абсолютная величина расходов от воздействия на j -й фактор стоимости в i -том периоде;

n – количество периодов инвестирования средств;

d – ставка дисконтирования.

4. Рыночная обоснованность. Ключевые факторы стоимости должны быть сосредоточены в тех сферах деятельности, от которых в наибольшей степени зависит конкурентоспособность предприятия.

5. Взаимосвязь с этапом жизненного цикла предприятия.

6. Длительность воздействия на ценность предприятия. В идеале текущие мероприятия по управлению каждым фактором должны влиять на стоимость организации в течение многих периодов в долгосрочной перспективе.

В процессе отбора ключевых факторов стоимости особый интерес вызывает расчет показателя чувствительности. Рыночная стоимость предприятия определяется моделью свободного денежного потока. Эта модель иллюстрирует ключевые факторы стоимости предприятия и может быть использована для изучения процесса создания стоимости.

Денежный поток предприятия во многом определяется параметрами его основной деятельности. Это объем производства, себестоимость и отпускная цена продукции, уровень условно-постоянных расходов, амортизационных отчислений, собственного оборотного капитала, размер капиталовложений и другие. Стоимость предприятия в общем случае можно рассматривать как функцию от конкретного фактора стоимости $V(\Phi_j)$. На начальном этапе анализа необходимо рассчитать текущую стоимость предприятия при фиксированном (имеющемся) значении фактора. Затем необходимо дать фактору приращение 1 %, т.е. $\Delta \Phi_i = 0,01 \Phi_i$. (приращение может быть как положительным, так и отрицательным). Теперь рассчитывается текущая стоимость предприятия при измененном значении фактора, т.е. $V(\Phi_i + \Delta \Phi_i)$. Относительное приращение текущей стоимости в зависимости от воздействия на конкретный фактор определит его чувствительность. Другими словами, коэффициент чувствительности фактора Φ_i будет равен:

$$K_{\phi_i} = \frac{V(1,01\Phi_i) - V(\Phi_i)}{V(\Phi_i)} \times 100\% . \quad (2)$$

С помощью этого алгоритма анализируется чувствительность каждого интересующего фактора стоимости. Процесс расчета существенно упрощается при использовании электронных таблиц.

Система факторов стоимости, разработанная посредством предлагаемой методики оценки, будет адекватным инструментом управления эффективностью предприятия. Использование такой системы

приведет к усилению управленческой функции за счет органического согласования финансовых и нефинансовых показателей в рамках данной структуры. Эта комбинация показателей позволит учесть в процессе управления интересы разных групп заинтересованных лиц. Подобная система управления стоимостью представляет собой комплекс стратегических целей и ключевых показателей эффективности предприятия. Ее использование наряду с хорошо отлаженной системой измерения факторов будет мощным инструментом процесса управления большим бизнесом современной организации.

Необходимо отметить еще один аспект практической ценности предлагаемого механизма. Разбивка ключевых факторов стоимости на управляемые оперативные показатели позволяет участвовать в процессе управления стоимостью менеджерам без углубленных знаний финансов и прикладной экономики. Система управления стоимостью охватывает не только стратегически важные направления деятельности, она является также инструментом диагностического сопоставления фактических и плановых значений показателей. Эта система обеспечивает баланс концепции управления стоимостью, охватывая связи между финансовыми и нефинансовыми показателями, стратегическим и операционным уровнями управления, прошлыми и будущими результатами, а также между внутренними и внешними аспектами деятельности предприятия.

Подрезов П.Н.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К МОДЕЛИРОВАНИЮ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Орловский государственный технический университет

В последние годы в отечественной практике большое внимание уделяется оценкам рейтинга предприятий различных отраслей промышленности (см., например, материалы сайта рейтингового агентства «Эксперт РА»). Ведущую роль здесь играют практические потребности. Рейтинг, по которому то или иное конкретное предприятие позиционируется в ряду предприятий родственных отраслей или находящихся на этой же территории, во многом определяет дальнейшую траекторию его развития, причем это относится не только к возможностям получения дополнительных инвестиций со стороны потенциальных инвесторов, но и к мобилизации его внутренних ресурсов. В то же время, существующие методики оценки рейтинга инвестиционной привлекательности конкретного промышленного предприятия фактически предполагают лишь констатацию его места «в линейке» прочих, но не раскрывают возможности перемещения предприятия в этой линейке на более высокие позиции.

В связи с вышесказанным, возрастает актуальность разработки научно обоснованных методик оценки инвестиционной привлекательности действующих промышленных предприятий, позволяющих не только установить сравнительный рейтинг, но и оценить возможности его изменения за счет управления рядом факторов, определяющих этот рейтинг, а также выполнить соответствующий прогноз. Подобная методика может быть создана на основе многофакторных эконометрических моделей, раскрывающих связь итоговых оценок инвестиционной привлекательности промышленных предприятий с факторами их производственной и финансовой деятельности, что требует проведения глубоких и детальных статистических исследований.

Данная публикация посвящена разработке методических подходов к моделированию инвестиционной привлекательности промышленных предприятий, на примере интенсивно развивающихся предприятий машиностроительной и пищевой промышленности Центрального Федерального округа (ЦФО). В качестве эмпирической базы использованы данные рейтингового агентства **AK&M** («Перечень-200»), приведенные в источнике [1]; эконометрическое моделирование проводили с помощью пакета анализа данных общественных наук SPSS Base 8.0 [2]. Задачи формулировались следующим образом:

- 1) найти статистическую зависимость результирующего показателя инвестиционной привлекательности предприятий, в качестве которого можно принять их итоговый рейтинг, от составляющих рейтинга, рассматриваемых в качестве предикторов;
- 2) определить степень влияния каждой из составляющих рейтинга на результирующий показатель инвестиционной привлекательности предприятий;
- 3) выявить приоритетные факторы, определяющие инвестиционную привлекательность промышленных предприятий;
- 4) определить взаимосвязь составляющих рейтинга (предикторов), с целью сведения комплекса информативных показателей к меньшему числу латентных факторов и упрощения моделей развития промышленных предприятий.

Первая задача может быть решена путем эконометрического моделирования. Ее решение предполагает установление спецификации модели и последующего применения методов шагового множественного регрессионного анализа. Вторая задача тесно связана с первой и предполагает определение коэффициентов эластичности по эконометрической модели. Третья задача тоже связана со второй, но формулируется более широко – в какой степени составляющие рейтинга предприятий применимы для разделения предприятий на лидеров и аутсайдеров. Здесь необходимо применить аппарат дискриминантного анализа, что предполагает также привлечение экспертов для априорной классификации предприятий на группы по степени их развития. Четвертая задача решается статистическими методами факторного анализа и последующим построением регрессионной модели на главных факторах.

На первом этапе определяли параметры эконометрических моделей, связывающих информативный показатель инвестиционной привлекательности интенсивно развивающихся предприятий машиностроения и пищевой промышленности «Перечня-200», с факторами, характеризующими их экономическую и финансовую устойчивость.

Результирующим показателем был принят логарифм итогового рейтинга, установленного «Перечнем-200», в качестве предикторов испытывали логарифмы следующих показателей: чистая прибыль; общая рентабельность отчетного периода; рентабельность основной деятельности; рентабельность активов; производительность труда; коэффициент текущей ликвидности; коэффициент абсолютной ликвидности; коэффициент автономии. Логарифмирование исходных показателей производили с целью симметризации их распределений, что является условием эконометрического моделирования [3]. Такой прием значительно упрощает интерпретацию параметров модели, поскольку в этом случае и в левой, и в правой части уравнения множественной линейной регрессии используются логарифмы показателей, и в результате потенцирования регрессионной модели вида

$$\ln y = b_0 + b_1 \ln x_1 + b_2 \ln x_2 + \dots + b_k \ln x_k, \quad (1)$$

где y – сводный рейтинг; b_0 – свободный коэффициент уравнения регрессии; b_i – коэффициенты регрессии при предикторах, мы получаем степенную модель вида

$$y = \exp(b_0) (x_1)^{b_1} (x_2)^{b_2} \dots + (x_k)^{b_k}, \quad (2)$$

в которой коэффициенты регрессии b_i интерпретируются как коэффициенты эластичности [4].

Для предприятий пищевой промышленности МНК-параметры моделей множественной регрессии находили по объему выборки 38 предприятий; для предприятий машиностроения объем выборки составил 51 предприятие. При этом обеспечивалось требование к объему выборки, который должен быть по крайней мере в 2-3 раза больше числа параметров модели [5].

Регрессионный анализ проводили с помощью процедуры пошаговой множественной линейной регрессии программы SPSS Base 8.0. В результате реализации алгоритма последовательного исключения в модели для предприятий машиностроения осталось семь предикторов, а в модели для предприятий пищевой промышленности – шесть. Исключенными из моделей оказались: для предприятий машиностроения – логарифм общей рентабельности отчетного периода, для предприятий пищевой промышленности – логарифм общей рентабельности отчетного периода и логарифм производитель-

ности труда. Значения коэффициентов регрессии и *t*-критериев, отражающих их статистическую значимость, приведены в таблице 1.

Таблица 1
Параметры регрессионных моделей инвестиционной привлекательности интенсивно развивающихся предприятий ЦФО

Предиктор	Обозначение	Машиностроение (N=51)		Пищевая промышленность (N=38)	
		Коэффициент регрессии	<i>T</i> -критерий	Коэффициент регрессии	<i>T</i> -критерий
Свободный коэффициент	b_0	2,269	15,5	2,718	38,6
Лп чистой прибыли (x_1)	b_1	0,056	5,4	0,090	8,0
Лп общей рентабельности отчетного периода (x_2)	b_2	Предиктор исключен из модели		Предиктор исключен из модели	
Лп рентабельности основной деятельности (x_3)	b_3	0,231	10,8	0,088	3,8
Лп рентабельности активов (x_4)	b_4	0,058	3,1	0,116	5,3
Лп производительности труда (x_5)	b_5	0,061	2,3	Предиктор исключен из модели	
Лп коэффициента текущей ликвидности (x_6)	b_6	0,165	4,7	0,169	6,0
Лп коэффициента абсолютной ликвидности (x_7)	b_7	0,019	2,5	0,023	2,0
Лп коэффициента автономии (x_8)	b_8	0,158	4,8	0,123	3,9

Ниже приводится явный вид этих моделей:

- для предприятий машиностроения

$$y = \exp(2,269) (x_1)^{0,056} (x_3)^{0,231} (x_4)^{0,058} (x_5)^{0,061} (x_6)^{0,165} (x_7)^{0,019} (x_8)^{0,158}; \quad (3)$$

- для предприятий пищевой промышленности

$$y = \exp(2,718) (x_1)^{0,090} (x_3)^{0,088} (x_4)^{0,116} (x_6)^{0,169} (x_7)^{0,023} (x_8)^{0,123}. \quad (4)$$

Модели (3) и (4) имеют высокие характеристики качества, что подтверждается сравнением фактических и расчетных (прогнозных) значений логарифма сводного рейтинга.

Основная задача моделирования – выявление степени влияния каждой из составляющих рейтинга на результирующий показатель инвестиционной привлекательности предприятий. Для решения этой задачи обратимся к таблице 1. Можно утверждать с достаточной надежностью, что в наибольшей мере на рейтинг предприятий машиностроения оказывает влияние рентабельность основной деятельности: соответствующий коэффициент эластичности равен 0,231, т.е. одному проценту прироста рентабельности основной деятельности, в среднем, отвечает прирост сводного рейтинга на 0,23 %. Вторым по значимости является такой показатель финансовой устойчивости, как коэффициент текущей ликвидности – эластичность 0,165, практически столь же значим коэффициент автономии – эластичность 0,158. Менее значимо определяет инвестиционную привлекательность машиностроительного предприятия производительность труда, рентабельность активов и величина чистой прибыли (коэффициенты эластичности 0,061; 0,058 и 0,056, соответственно), и на последнем месте – коэффициент абсолютной ликвидности (эластичность 0,019).

Несколько иначе распределены приоритеты составляющих рейтинга предприятий пищевой промышленности. В соответствии с полученной эконометрической моделью (4), рейтинг предприятий в наибольшей мере определяет коэффициент текущей ликвидности – эластичность составляет 0,169 % прироста рейтинга на процент прироста данного коэффициента. Второе и третье по значимости места занимают коэффициент автономии и рентабельность активов (коэффициенты эластичности 0,123 и 0,116 соответственно). Далее следуют такие составляющие инвестиционной привлекательности предприятий пищевой промышленности, как чистая прибыль и рентабельность основной деятельности (эластичность 0,090 и 0,088, соответственно). Замыкает ранжированный перечень составляющих рейтинга коэффициент абсолютной ликвидности – как и для предприятий машиностроения, эластичность рейтинга по данному показателю минимальна – 0,023.

Наряду с ранжированием по степени влияния на инвестиционную привлекательность промышленного предприятия, представляет несомненный интерес выявление факторной структуры составляющих рейтинга, что может быть достигнуто путем анализа исходных данных с помощью статистического метода многомерного факторного анализа – метода главных компонент [6]. Действительно исходя из экономического смысла исходных показателей, следует ожидать коррелированности коэффициентов текущей и абсолютной ликвидности, а также коэффициента автономии, поскольку они отражают одно свойство – платежеспособность предприятия. Вполне могут коррелировать и показатели рентабельности предприятия.

Исходя из этих предположений, на следующем этапе статистических исследований проводился многомерный факторный анализ, в результате которого выделены главные факторы и установлена внутренняя структура включенного в модель множества информативных показателей. Согласно критерию Кайзера [7], для исследуемых выборок исходных показателей промышленных предприятий число главных факторов составило: для предприятий машиностроения – два, для предприятий пищевой промышленности – три фактора, причем первые две компоненты «выбирали» в первом случае 68,8 % общей дисперсии, во втором – 74,7 %. Таким образом, если ограничиться первыми двумя главными факторами, то искажения редуцированного факторного пространства составят около 31 % и 25%, соответственно. Увеличение числа главных факторов до трех приводит к снижению искажений – до 20 % для выборки предприятий машиностроения и до 13 % – для предприятий пищевой промышленности. Однако, в целях наглядности, останавливаемся на едином для обеих изучаемых выборок варианте двухфакторной модели.

Перейдем к анализу структуры исходных показателей инвестиционной привлекательности предприятий, представленной в графическом виде диаграммами на рисунке 1 а и б, в координатах двух главных факторов (для удобства анализа результаты по обеим отраслям промышленности приведены на одном рисунке).

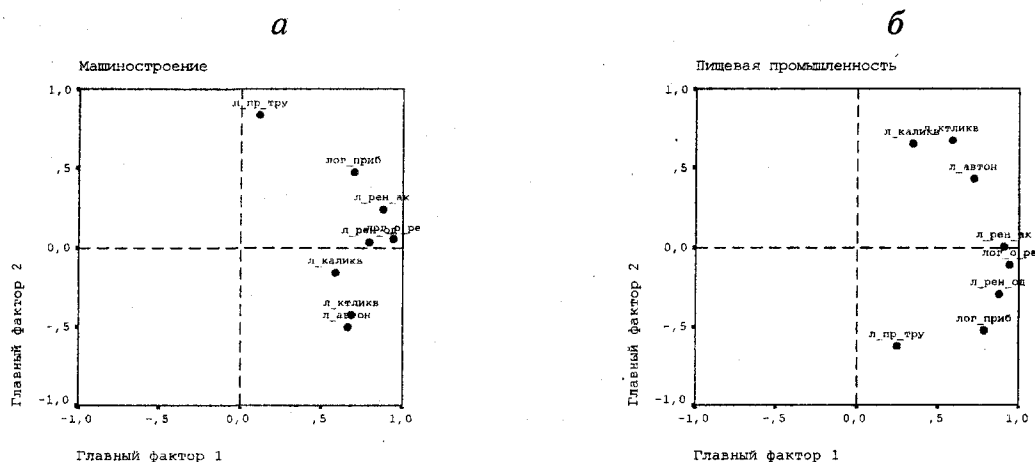


Рис. 1. Факторная структура исходных преобразованных показателей инвестиционной привлекательности предприятий

На основании визуального анализа взаимного расположения исходных показателей на диаграммах рис. 1 можно достаточно уверенно говорить о сходстве факторной структуры комплекса показателей развития предприятий обеих отраслей. И в случае предприятий машиностроения, и в случае выборки предприятий пищевой промышленности, первый – более информативный главный фактор, объясняющий более половины общей дисперсии, сильнее коррелирует с преобразованными показателями рентабельности, прибыли и финансовой устойчивости, второй главный фактор – с показателем производительности труда.

Хорошо просматривается группировка показателей: на обеих диаграммах можно выделить группу показателей прибыли и рентабельности (метки *лог_приб*, *л_рен_ак*, *л_рен_од*, *л_о_ре*, которые

ми обозначены преобразованные показатели *логарифм чистой прибыли*, *логарифм рентабельности активов*, *логарифм рентабельности основной деятельности* и *логарифм общей рентабельности отчетного периода*, соответственно). Другая группа показателей – показатели финансовой устойчивости (метками *л_ктдикв*, *л_каликв*, *л_автоп* обозначены преобразованные показатели *логарифм коэффициента текущей ликвидности*, *логарифм коэффициента абсолютной ликвидности* и *логарифм коэффициента автономии*, соответственно). Третья «группа» представлена одним показателем – *логарифмом производительности труда* (метка *л_пр_тру*).

Эти три группы показателей достаточно хорошо разделены на обеих диаграммах. Единственное качественное отличие – в зеркальной направленности оси второго главного фактора: если на диаграмме для показателей инвестиционной привлекательности предприятий машиностроения положительный полюс оси направлен в сторону преобразованного показателя «*логарифм производительности труда*», то на диаграмме для показателей предприятий пищевой промышленности – напротив, в сторону этого показателя направлен отрицательный полюс оси второго главного фактора. Однако этот факт – чисто математического характера, влияет только на знаки нагрузок исходных преобразованных показателей на второй главный фактор, и не носит какого-либо экономического смысла.

В заключение рассмотрим позиционирование итогового рейтинга в факторном пространстве, образованном его составляющими. С этой целью выполняли дополнительный «прогон» процедуры факторного анализа, добавив к множеству преобразованных исходных показателей инвестиционной привлекательности промышленных предприятий логарифм итогового рейтинга. Другой целью этого «прогона» являлась проверка устойчивости найденного двухфакторного решения.

Полученные результаты представлены на рисунке 2. Сравнивая диаграммы на рисунках 1 и 2, можно убедиться в почти полной тождественности факторной структуры исходного и расширенного множества преобразованных показателей, что говорит в пользу устойчивости найденного факторного решения для промышленных предприятий обеих отраслей. Обращает на себя внимание, что метка «*л_рейтин*», отвечающая преобразованному показателю «*логарифм итогового рейтинга*», находится практически на оси первого главного фактора. Это – вполне предсказуемый результат, который следует из выполненного нами ранее корреляционного анализа.

Из представленного ниже графического материала следует, что по результатам факторного анализа данных выборок предприятий машиностроения и пищевой промышленности можно говорить о наличии в структуре факторного пространства трех кластеров преобразованных показателей инвестиционной привлекательности: кластер 1 – показатели прибыли и рентабельности; кластер 2 – показатели финансовой устойчивости предприятий; кластер 3 – показатель производительности труда. Все три кластера преобразованных показателей хорошо разделены, но их нельзя считать полностью независимыми, поскольку между показателями кластеров имеются статистически значимые корреляционные связи.

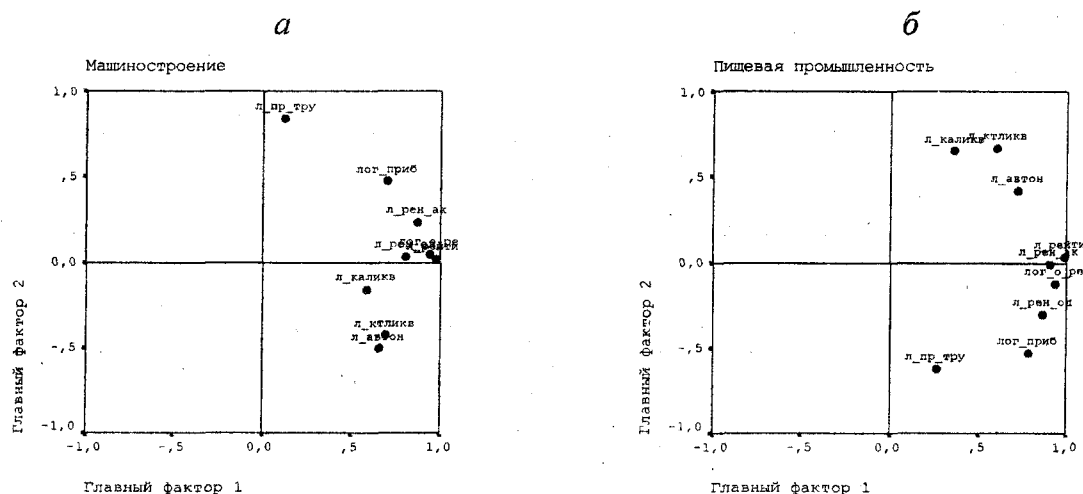


Рис. 5. Факторная структура расширенного множества исходных преобразованных показателей инвестиционной привлекательности предприятий

Полученные в работе результаты статистического анализа и эконометрического моделирования были использованы при разработке методики управления инвестиционной привлекательностью предприятий машиностроительной и пищевой промышленности на базе модели линейного дискриминантного анализа [8]. Такого рода рейтинги могут быть реализованы банками и инвестиционными фондами.

1. Рейтинговое агентство АК&М [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.akmrating.ru/>
2. SPSS Base 8.0 для Windows. Руководство по применению. Перевод–Copyright 1998 СПСС Русь.
3. Доуртерти К. Введение в эконометрику. М.: ИНФРА-М, 1997.
4. Шуметов В.Г., Гайдамакина И.В. Эконометрика: курс лекций для студентов экономических специальностей. М.: ИИЦ МГУДТ, 2003.
5. Колемаев В.А., Староверов О.В., Турундаевский В.Б. Теория вероятностей и математическая статистика: Учеб. пособие для экон. спец. вузов; Под ред. В.А. Колемаева. М.: Высш. шк., 1991.
6. Шуметов В.Г., Шуметова Л.В. Факторный анализ: подход с применением ЭВМ: учеб. пособие. Орел: ОрелГТУ, 2000.
7. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ / Дж.-О. Ким, Ч.И. Мьюллер, У.Р. Клекка и др.; Под ред. И.С. Енюкова. М.: Финансы и статистика, 1989.
8. Подрезов П.Н., Шуметов В.Г. Оценка инвестиционной привлекательностью промышленных предприятий на основе современных информационных технологий // Наука и образование. Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 4 «Общество и экономика». М.: ИИЦ МГУДТ, 2006. С. 56-60.

Мозгунова Н.Н.
МОДЕЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ
ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Орловский государственный технический университет

Инвестиционное моделирование является одной из перспективных отраслей экономики как науки, так как использование моделей при планировании инвестиций позволяет уменьшить неопределенность и риск, связанные с инвестиционной деятельностью предприятия.

Суть инвестиционного моделирования заключается в создании целостной системы подходов, методов и моделей, на основе которой конкретное предприятие, осуществляющее свою деятельность в неопределенных условиях внешней среды, может сформировать оптимальную инвестиционную стратегию.

Создание такой системы предполагает решение следующих основных задач инвестиционного моделирования:

1 Выявление целей инвестиционной деятельности и построение системы критериев, оценивающих степень достижения этих целей.

2 Создание модели внешней среды, включающей в себя основные характеристики среды, их взаимосвязь и возможные будущие состояния.

3 Разработка модели обобщенного инвестиционного проекта, описывающей основные характеристики проектов, их взаимосвязь, а также связь с внешней средой и с системой целевых критериев.

4 Разработка системы ранжирования и отбора проектов для инвестиционного портфеля предприятия в условиях ресурсных ограничений.

На основе решения этих задач формируется оптимальная инвестиционная стратегия предприятия, общая модель которой представлена на рисунке 1.

Конкретная модель формирования инвестиционной стратегии может иметь различные формы. Наиболее наглядной является матричная форма модели. Рассмотрим основные этапы, из которых состоит процедура построения матричной модели.

На первом этапе строится вектор-прогноз вероятных состояний внешней среды:

$$E = \{E_1, E_2, \dots, E_m\},$$

где $E_j = \{e_{j1}, e_{j2}, \dots, e_{jk}\}$ — j -й вариант из m возможных значений параметров внешней среды;

$e_{ji} = \{e_{j1}, e_{j2}, \dots, e_{jk}\}$ — значение i -го параметра в j -м варианте, k — количество факторов, оказывающих влияние на состояние внешней среды.

На втором этапе строится вектор инвестиционных возможностей предприятия:

$$X = \{X_1, X_2, \dots, X_n\},$$

где X_i — i -й инвестиционный проект, $i=1, 2, \dots, n$.

В начале этого этапа определяются возможные направления инвестиционной деятельности. Затем разрабатываются параллельные и альтернативные варианты инвестиционных проектов по каждому направлению. После этого рассчитываются характеристики каждого проекта, отбрасываются заведомо неэффективные проекты, а число альтернативных проектов сводится до минимума.

Сокращение числа альтернатив предполагает использование процедур отбора наилучших проектов в рамках поставленной задачи при ограничениях на финансовые, трудовые, временные и прочие ресурсы.

На третьем этапе строится матрица предполагаемых результатов реализации проектов размерностью $n \times m$:

$$Y = \{Y_{ij}\},$$

где Y_{ij} — оценка результата реализации проекта X_i при значениях параметров внешней среды E_j , $i=1, 2, \dots, n$, $j=1, 2, \dots, m$.

Результаты реализации проектов могут оцениваться либо по одному, либо по нескольким критериям эффективности. Как правило, при оценке по нескольким критериям один из них является главным, а все другие — вспомогательными. На четвертом этапе проводится анализ доступных предприятию внутренних и внешних инвестиционных ресурсов. С учетом этих ограничений осуществляется отбор проектов, суммарная эффективность которых с точки зрения выбранной системы критериев оценивается как максимальная.

В общем случае проекты $\{X_i\}$ могут быть взаимозависимы. Это обстоятельство учитывается с помощью матрицы взаимосвязей результатов, которая используется в процедуре отбора проектов.

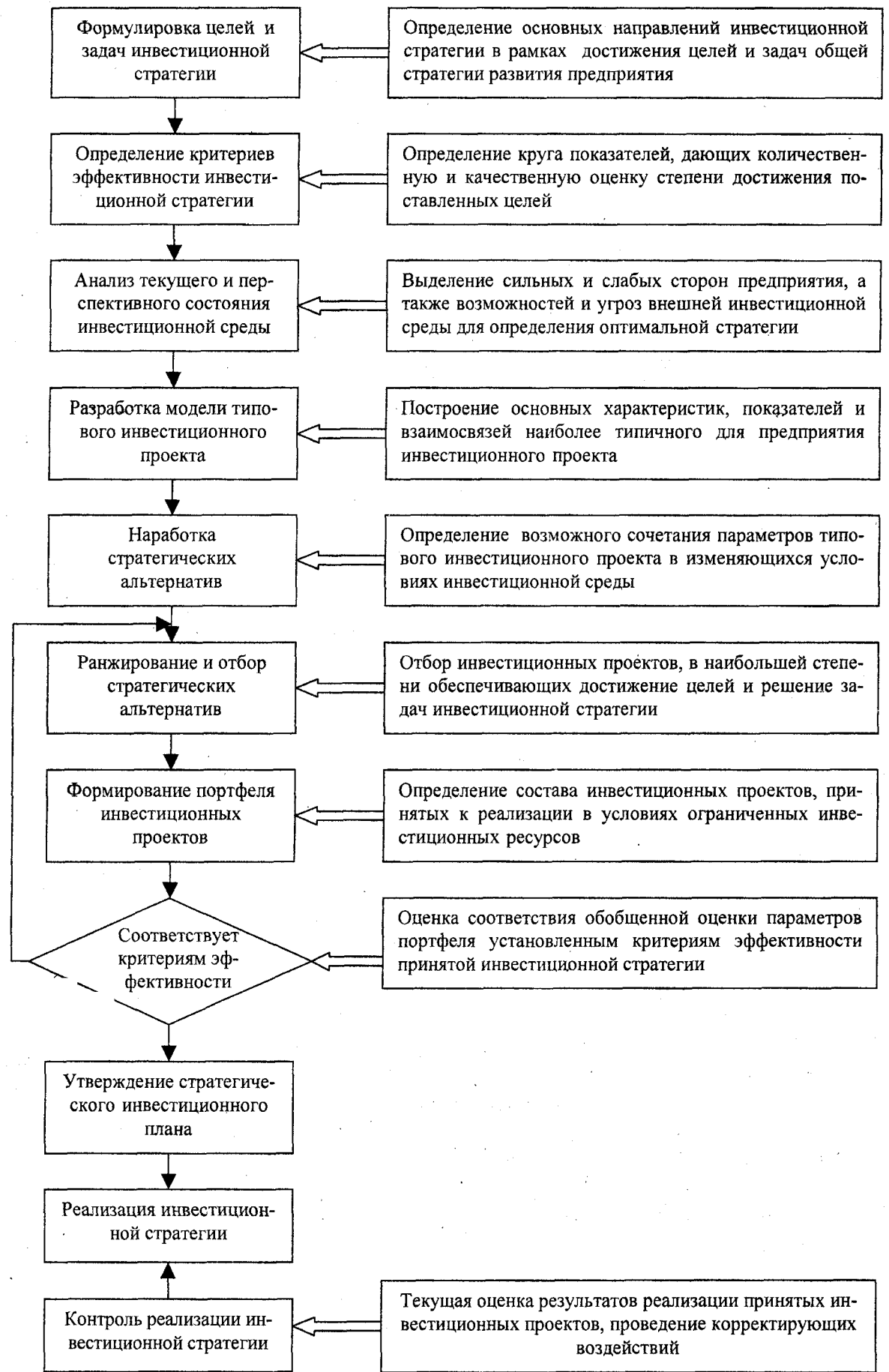


Рис. 1. Модель формирования инвестиционной стратегии

Разработка стратегии инвестиционной деятельности промышленного предприятия основывается на портфеле возможных инвестиционных проектов. Теоретически эта задача решается достаточно просто, путем включения в план всех проектов, удовлетворяющих требованиям обобщенной оценки в рамках предусмотренного объема финансирования.

При этом необходимо учитывать ограниченность инвестиционных ресурсов. Граница, устанавливающая объем инвестиционных ресурсов, в значительной степени подвижна. При разработке стратегического плана инвестиционной деятельности приходится принимать решения, ориентируясь, с одной стороны, на ситуацию на рынке капитала, а с другой стороны, на стратегические цели развития предприятия и, следовательно, на проекты их реализующие. На практике чаще всего, в первую очередь, реализуются «жизненно необходимые» проекты, если не реализация этих проектов грозит существованию предприятия.

При решении вопросов разработки стратегии инвестиционной деятельности будем исходить из того, что потенциальные источники инвестиционных ресурсов отобраны и проанализированы в соответствии со сложившейся на конкретном предприятии практикой.

Модель процесса принятия стратегических инвестиционных решений промышленного предприятия представлена на рисунке 2. Она опирается на модель инвестиционной стратегии, конкретизируя некоторые ее положения. Пунктиром на ней выделена область, где на основе результатов выполненного исследования возможно нужно обоснованное принятие инвестиционных решений.

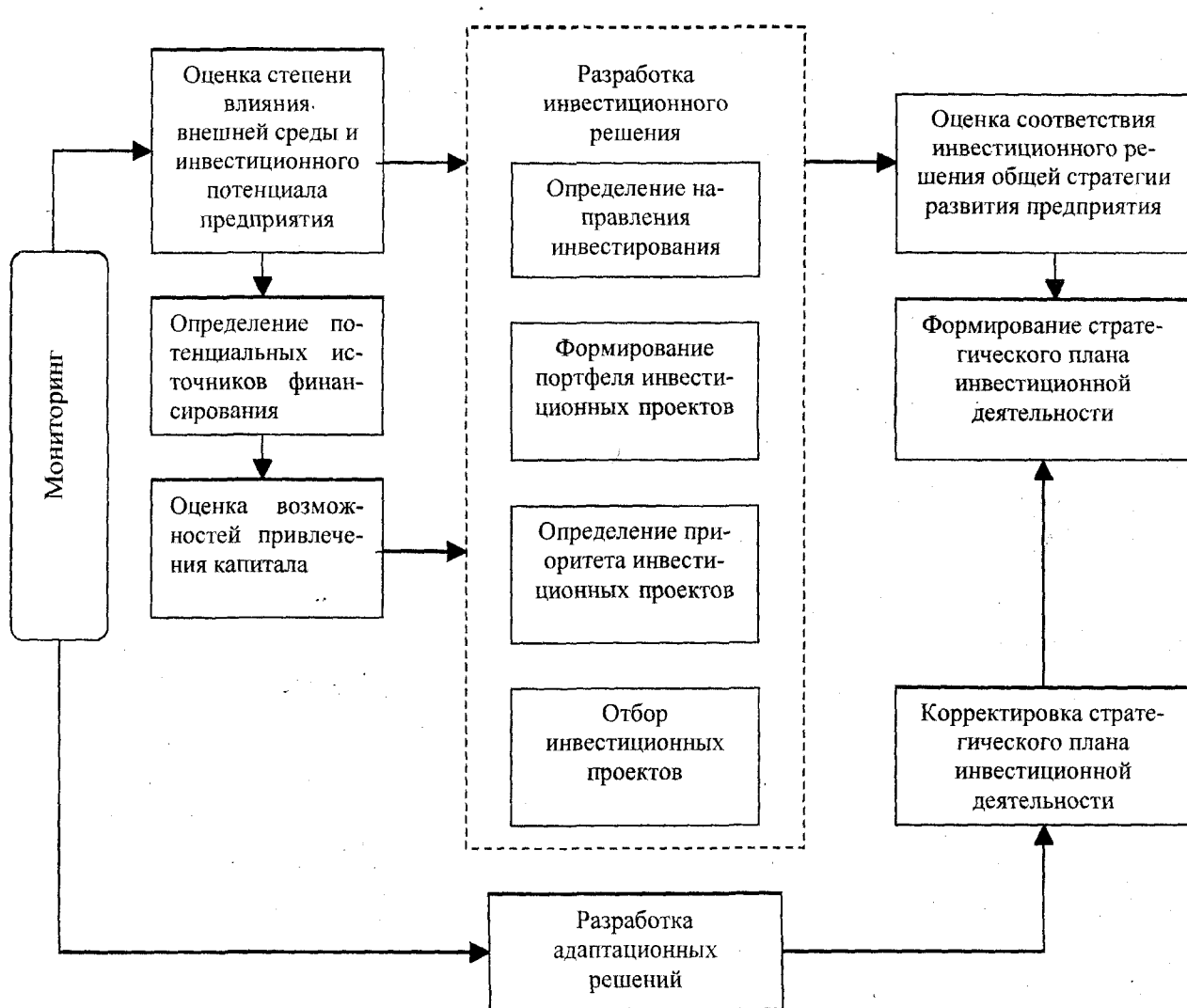


Рис. 2. Модель разработки стратегического плана инвестиционной деятельности промышленного предприятия

Ориентируясь на приоритетные стратегические цели развития предприятия, анализируется портфель инвестиционных проектов.

Процесс формирования стратегического плана инвестиционной деятельности мы рассматриваем как сложное явление, имеющее многоуровневую структуру. Для правильного понимания процессов, происходящих внутри данного явления, необходимо сделать попытку смоделировать закономерности, присущие ему, и на этой основе разработать модель принятия и реализации инвестиционного решения.

Подход к разработке стратегического плана инвестиционной деятельности предприятия аналогичен с инвестиционным проектированием, которое широко используется в международной практике. В экономической литературе предлагается три основных этапа такого проектирования:

- прединвестиционный этап;
- этап инвестирования;
- этап эксплуатации реализованного инвестиционного плана.

Каждый этап имеет свою структуру. Согласно общепризнанному подходу ЮНИДО, в прединвестиционном этапе выделяются четыре стадии.

- поиск инвестиционных решений;
- предварительная подготовка плана инвестиционной деятельности;
- окончательное оформление плана инвестиционной деятельности и оценка его экономической эффективности;
- принятие решения о схеме его финансирования.

При кажущейся простоте первая стадия инвестиционного проектирования - поиск и выбор инвестиционного решения - вызывает на практике наибольшие сложности. Это объясняется тем, что любое инвестиционное решение зачастую затрагивает интересы большого числа субъектов. При этом общеизвестно, что успешное осуществление инвестиционного решения возможно лишь при достижении баланса интересов всех причастных к этому решению сторон. Именно этими обстоятельствами определяется особая важность и ответственность поиска и выбора инвестиционного решения.

Следует отметить, что при разработке стратегии инвестиционной деятельности необходимо принять решения: об обязательных инвестициях; инвестициях, направленных на снижение издержек предприятия; инвестициях, направленных на расширение и обновление материальной базы предприятия; на приобретение финансовых активов (образование стратегических альянсов, поглощение предприятий). Кроме указанных направлений инвестиционной деятельности предприятий, особое место занимают инвестиции по освоению новых услуг и рынков, а также по приобретению нематериальных активов (франчайзинг).

Поэтому для моделирования процесса принятия решений при разработке стратегического плана инвестиционной деятельности предприятий может быть использована имитационная модель, в которой объединяются математические и неформальные методы, т.е. строгие способы формализованных моделей с суждениями экспертов.

Моделирование инвестиционной стратегии позволяет оценить влияние различных факторов инвестиционной среды на конечные результаты инвестиционной деятельности, проанализировать различные варианты вложения средств по комплексу показателей и сделать обоснованный выбор, который обеспечит развитие предприятия в конкурентной среде.

Черенкова С.С.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ ПРОЦЕССНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Орловский государственный технический университет

В процессе своего функционирования предприятия постоянно сталкиваются с необходимостью укрепить или усилить свое конкурентное преимущество на товарном рынке. Для достижения этих целей в современной теории и практике менеджмента разработаны различные методики в рамках концепций, в центре внимания которых находятся бизнес-процессы, происходящие на предприятии.

В условиях постоянно меняющейся рыночной конъюнктуры и жесткой конкурентной борьбы стремительная реакция всех систем организации, точность и эффективность принимаемых решений приобретают особую значимость. Проблема управления предприятием состоит в исследовании влияния внешних и внутренних факторов на параметры бизнес-процессов и выявление методов повышения эффективности функционирования всей системы.

Процессный подход способствует сопротивлению проблемам, возникающим в условиях российской действительности. В этих условиях в менеджменте предприятий происходит смещение центра внимания с управления отдельными ресурсами на управление сквозными бизнес-процессами, связывающими воедино деятельность всего предприятия.

Управление бизнес-процессами нацелено на выполнение качественного обслуживания потребителей (клиентов). При этом в ходе управления бизнес-процессами все материальные, финансовые и информационные потоки рассматриваются во взаимодействии [2].

В основе эффективности применения процессного подхода лежит решение задачи выделения (идентификации) бизнес-процессов, от которого зависят организация планирования и координации работ предприятия, распределение материальных и финансовых ресурсов, в конечном счете, достижение стратегических целей предприятия.

Идентификация бизнес-процессов предполагает формирование состава функций (операций) бизнес-процессов, определяющих их границы, организационной ответственности подразделений за выполнение функций, взаимодействия бизнес-процессов между собой (организация интерфейсов). В связи с возникновением интерфейсных отношений в процессе производства и реализации выделяются роли процессных и ресурсных подразделений (клиентов и поставщиков), осуществляющих соответственно потребление и обеспечение ресурсами [3].

В этом случае внутренние клиенты предприятия выполняют основные бизнес-процессы по реализации внешних потребностей для предприятия потребителей, а внутренние поставщики – обеспечивающие процессы по поддержанию ресурсов, используемых в основных процессах, в рабочем состоянии. Интерфейс бизнес-процессов в многозвенной цепочке производства и реализации может быть организован двумя способами [3]:

- с помощью требования (запроса, заказа) – реактивный тип интерфейса «клиент-исполнитель», в котором исполняемый процесс должен реагировать на поступающие запросы/заказы;
- с помощью директивного документа (плана-графика) – директивный тип интерфейса. Процесс должен выполняться в соответствии с предписанием, запомненным в информационной базе.

В обоих случаях организации интерфейсов между бизнес-процессами происходит существенное изменение организационной структуры предприятия. Преимущество отдается матричной структуре, которая разделяет структурные подразделения на основные (процессные) и обеспечивающие (ресурсные) подразделения, функционирование и взаимосвязь которых происходит на основе договорных отношений.

Применение различных методов процессного подхода зависит от характера производимых затрат и глубины структурных изменений.

Важно провести экономическое обоснование выполняемого проекта на базе рационального выбора метода реструктуризации предприятия и применения формализованных методик выделения, моделирования и структуризации бизнес-процессов. А также целесообразно провести анализ различных методов процессного управления под углом зрения выбора наиболее эффективных методов с позиции достижения целей реструктуризации, экономии используемых ресурсов на стадии разработки проекта и его эксплуатации, адаптивности к изменениям потребностей клиентов и поведения конкурентной среды [3].

В качестве основных методов процессного управления, определяющих характер реструктуризации предприятий, рассмотрим: MRP (Manufacturing Resource Planning) - планирование ресурсов производства; TQM (Total Quality Management) - всеобщее управление качеством; BPR (Business Process Reengineering) - реинжиниринг бизнес-процессов; KM (Knowledge Management) - управление знаниями. В обобщенном виде сравнение различных методов процессного управления представлено в таблице 1 [3].

Таблица 1
Сравнение методов процессного управления предприятием

	MRP- планирование ресурсов производства	TQM- всеобщее управление качеством	BPR- реинжиниринг бизнес-процессов	KM- управление знаниями
Цели	Синхронизация процессов на основе сквозных планов	Синхронизация процессов на основе внедрения стандартов	Оптимизация процессов на основе организационных изменений	Адаптация процессов на основе формирования релевантного знания
Характер процессов	Основные операционные процессы	Основные и вспомогательные операционные процессы	Основные и вспомогательные операционные процессы	Иновационные процессы
Достоинства	Прогнозирование развития видов деятельности и обоснование ресурсов на длительную перспективу	Ориентация на реализацию требований клиентов	Ориентация на системные изменения	Ускорение поиска решений по организационным изменениям и инновациям
Недостатки	Резервирование ресурсов на случай отклонений в выполнении плана	Улучшение деятельности по процессам без системной увязки	Большие затраты на разработку и внедрение проекта РБП	Большие затраты на поддержание источников знаний

Анализ рассмотренных подходов к реструктуризации предприятий на основе концепции процессного управления показывает наибольшую перспективность реинжиниринга бизнес-процессов, который, с одной стороны, реализует все основные достоинства остальных рассмотренных подходов, а, с другой стороны, обеспечивает кардинальное повышение эффективности деятельности предприятия за счет пересмотра характера взаимодействия подразделений в рамках управляемых бизнес-процессов применительно к специфике предприятия.

В современных условиях реинжиниринг – технология, способствующая повышению эффективности деятельности предприятия за счет изменения ее бизнес-процессов и корректировки или замены используемой в ней бизнес-модели. Реинжиниринг представляет собой замену старых методов управления новыми, более современными, и на этой основе происходит резкое улучшение основных показателей деятельности предприятия.

Возможны два основных направления реинжиниринга. Первое направление характеризуется переходом от вертикальной координации действий к горизонтальной, при которой значительно улучшается реакция фирмы на внешние и внутренние изменения, а высшее руководство освобождается от проблем, более эффективно и оперативно решаемых на горизонтальном уровне.

Другое направление – это обращение в специализированные фирмы, направляющие усилия и ресурсы на узкий сегмент рынка или на наиболее эффективное выполнение определенных специфических операций. В организации выявляются «лишние» функции и передаются другим фирмам. Это

направление получило название аутсорсинг.

Аутсорсинг включает в себя разработку программного обеспечения, его сервисную и техническую поддержку, обучение пользователей, администрирование сети, хранение данных, восстановление системы в случае сбоев, хостинг приложений, стратегическое планирование инфраструктуры, услуги Интернет-провайдера. Для России аутсорсинг – сравнительно новая организационная схема [1].

Ревенков А. в своей статье «Реинжиниринг и эффективность деятельности предприятия» проанализировал мотивы и направления аутсорсинга. Результаты получились следующие:

– главными мотивами аутсорсинга являются сокращение расходов (48 %), концентрация усилий (40 %), отсутствие активов (35 %), высвобождение активов (31 %), доступ к передовым технологиям (27 %);

– главными направлениями аутсорсинга являются информационные технологии (28 %), управление кадрами (16 %), маркетинг и сбыт (15 %), финансы (11 %), управление предприятием (8 %), а также прочие направления занимают 22 %.

В процессе реинжиниринга предполагается использование различных программно-инструментальных средств: рисования диаграмм; описания и анализа потоков работ; имитационного моделирования и анимации, быстрой разработки приложений, CASE-средств, интегрированных многофункциональных средств.

Таким образом, для ускорения и повышения качества разработки проекта реинжиниринга бизнес-процессов необходимо использовать методологии, обобщающие опыт его осуществления для различных классов предприятий и внедрения информационных систем.

1. Ревенков, А. Реинжиниринг и эффективность деятельности предприятия // Проблемы теории и практики управления. 2005. № 3. С. 95-99.
2. Смирнова Г.Н., Сорокин А.А., Тельнов Ю.Ф. Проектирование экономических информационных систем. М.: Финансы и статистика, 2005. 512 с.
3. Тельнов Ю.Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов. Компонентная методология учебное пособие, 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2004. 320 с.

V. УЧЕТНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Боброва Е.А., Мерцалова А.И.

ПОРЯДОК ОТРАЖЕНИЯ В БУХГАЛТЕРСКОМ И НАЛОГОВОМ УЧЕТЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ

Орловский государственный институт экономики и торговли

В ходе инвентаризации нередко выявляется расхождение между данными о фактическом наличии имущества и данными бухгалтерского учета. Результаты инвентаризации по итогам года отражаются в годовой бухгалтерской отчетности. Они могут повлиять на налоговую базу по налогу на прибыль. Иногда выявляется «лишнее» имущество, по какой-либо причине не отраженное в бухгалтерском учете. Комиссии следует установить причины возникновения излишков и определить виновных лиц.

Общие правила по проведению инвентаризации для всех организаций рекомендованы Методическими указаниями по инвентаризации имущества и финансовых обязательств, утвержденными Приказом Минфина России от 13.06.1995 № 49. Применять Указания следует в части, не противоречащей действующим нормативным актам по бухгалтерскому учету. Поэтому организации, исходя из особенностей осуществления деятельности, могут внести в рекомендации свои коррективы, закрепив выбранный порядок в учетной политике (п. 3 ст. 6 Закона «О бухгалтерском учете»).

Количество инвентаризаций в отчетном году, даты их проведения, перечень запасов, проверяемых при каждой из них, определяются руководителем организации, за исключением случаев, когда проведение инвентаризации обязательно.

Проведение инвентаризации обязательно в следующих случаях (п. 2 ст. 12 Закона «О бухгалтерском учете»):

- перед составлением годовой бухгалтерской отчетности;
- при смене материально ответственных лиц (на день приемки-передачи дел);
- при установлении фактов хищений, злоупотреблений, а также порчи ценностей;
- в случае стихийных бедствий, пожаров, аварий или других чрезвычайных обстоятельств;
- при ликвидации или реорганизации предприятия перед составлением ликвидационного (разделительного) баланса;
- при передаче имущества предприятия в аренду, выкупе, продаже и в других случаях, специально предусмотренных законодательством.

Основные цели инвентаризации представлены на рисунке 1.

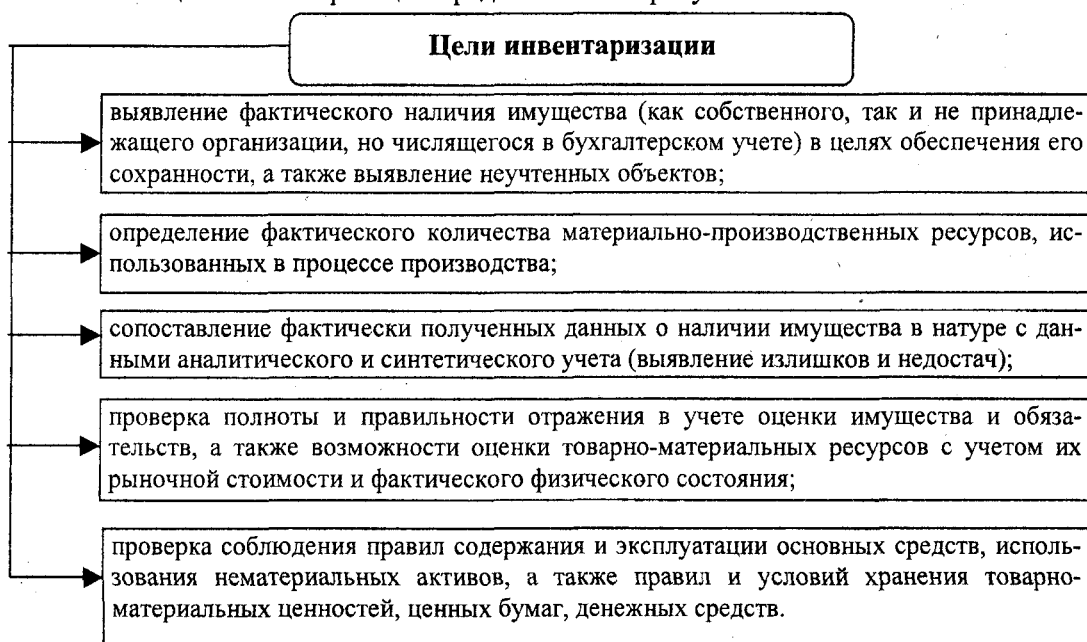


Рис. 1. Цели проведения инвентаризации

В соответствии с Методическими указаниями по инвентаризации имущества и финансовых обязательств инвентаризация проводится в несколько этапов (рисунок 2).

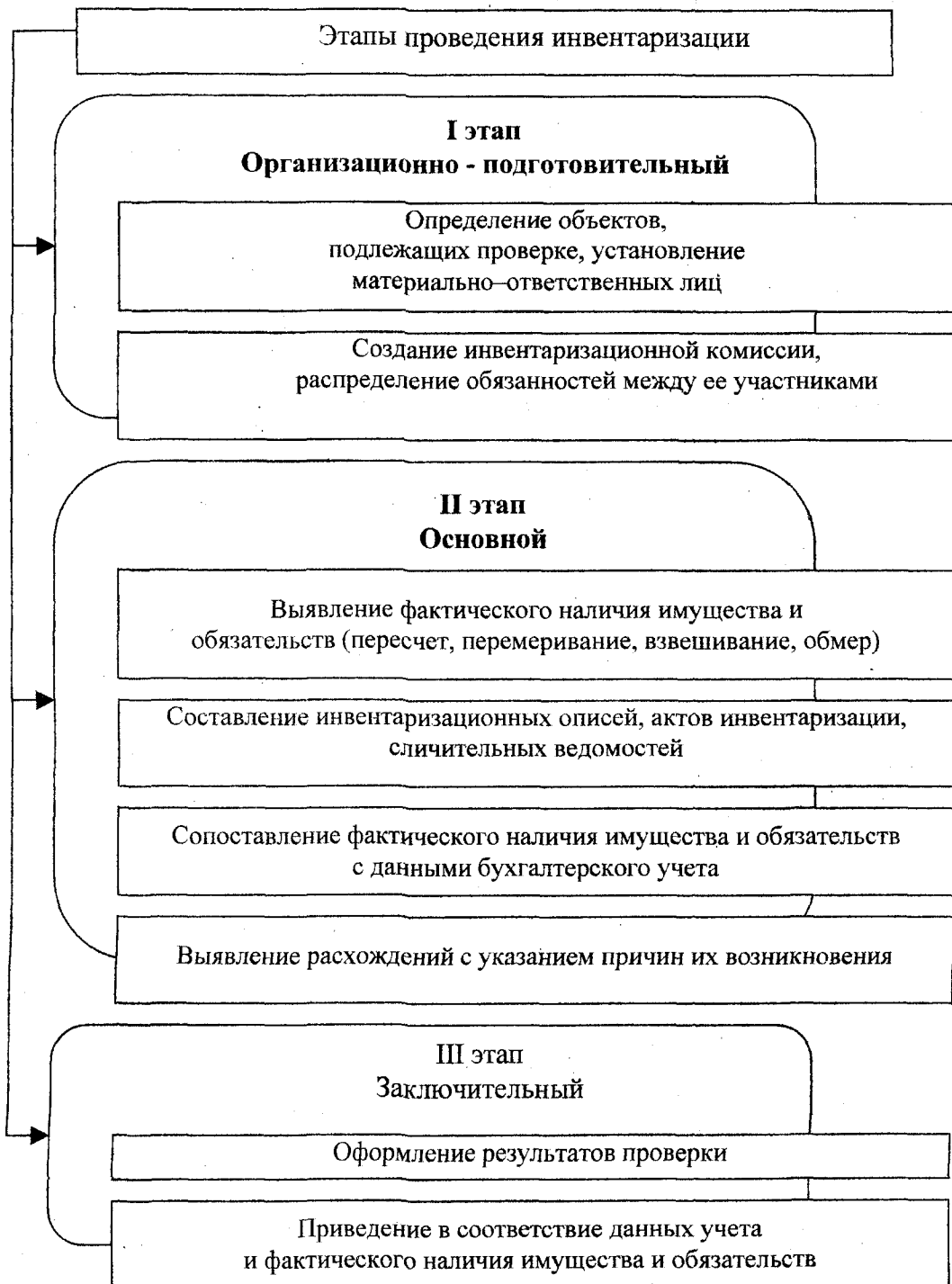


Рис. 2. Этапы проведения инвентаризации

В учете организации «лишнее» имущество приходится по рыночной стоимости на дату проведения инвентаризации. Соответствующая сумма зачисляется на финансовые результаты и отражается в составе прочих доходов.

Пример 1

В результате инвентаризации, проводимой в ноябре 2007 г., выявлены излишки материалов. И рыночная стоимость на момент проверки составила 480 000 руб. В ноябре в учете сделана запись:

- на сумму оприходованных излишков материалов:

Дебет 10 «Материалы»

Кредит 91/1 «Прочие доходы» 480000

В ходе инвентаризации может быть выявлено основное средство, которое не принято на учет, но фактически эксплуатируется. Такой объект приходится по рыночной стоимости с учетом износа, определяемого комиссией исходя из технического состояния объекта.

Пример 2

При годовой инвентаризации, проводимой в декабре 2007 года, выявлен неучтенный объект основных средств. На момент проведения инвентаризации срок его эксплуатации составил один год. Срок полезного использования объекта — восемь лет, рыночная стоимость — 100 000 руб. Комиссия учла техническое состояние и фактическую эксплуатацию основного средства и оценила износ в размере 12 %, о чем составила соответствующие акты. Все сведения и характеристики объекта внесены в отдельную инвентаризационную опись.

В момент принятия на учет данного основного средства в декабре 2007 года бухгалтер сделал следующие записи:

- отражена рыночная стоимость основного средства:

Дебет 01 «Основные средства»

Кредит 91/1 «Прочие доходы» 100000

- начислен износ по основным средствам $100000 * 12\%$:

Дебет 91-2 «Прочие расходы»

Кредит 02 «Амортизация основных средств» 12000

Суммы оприходованных излишков материально-производственных запасов и прочего имущества, выявленные в результате инвентаризации, включаются в состав внереализационных доходов при исчислении налога на прибыль (п. 20 ст. 250 НК РФ). В соответствии с пунктом 5 статьи 274 НК РФ внереализационные доходы, полученные в натуральной форме, учитываются при определении налоговой базы исходя из цены сделки с учетом положений статьи 40 НК РФ, то есть по рыночным ценам.

Стоимость МПЗ и иного имущества, выявленного при инвентаризации, рассчитывается как сумма налога, исчисленная с дохода, предусмотренного в пункте 20 статьи 250 НК РФ (п. 2 ст. 254 НК РФ).

Пример 3

Воспользуемся условием примера 1, дополнив их. Предположим, в ноябре товар реализован за 500 000 руб.

В налоговом учете излишки материала в размере 480 000 руб. включены в состав внереализационных доходов, а в бухгалтерском учете — в состав прочих доходов.

Выручка от реализации в бухгалтерском и налоговом учете в размере 500 000 руб. учтена в составе доходов от реализации.

При реализации излишков в бухучете к расходам относится стоимость материалов - 480 000 руб. А в налоговом учете в соответствии с пунктом 2 статьи 254 НК РФ в материальных расходах можно учесть 115200 руб. ($480\ 000\ \text{руб.} * 24\%$). Образуется постоянная разница, которая приводит к возникновению постоянного налогового обязательства (п. 4 и 7 ПБУ 18/02). В бухучете делается запись:

- отражено постоянное налоговое обязательство $[(480\ 000\ \text{руб.} - 115200\ \text{руб.}) * 24\%]$:

Дебет 99 «Прибыли и убытки»

Кредит 68 субсчет «Расчеты по налогу на прибыль» 452352

Как показывает практика, недостатки выявляются чаще, чем излишки, да и порядок их учета гораздо сложнее: одну часть ущерба можно списать в расходы организации; а другую возмещают виновные лица, руководствуясь нормами трудового законодательства.

Порядок списания недостатков, выявленных при инвентаризации, установлен в пункте 3 статьи 12

Федерального закона от 21.11.96 № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» и пункте 28 Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, утвержденного приказом Минфина России от 29.07.98 № 34н. У коммерческой организации недостача и порча имущества в пределах норм естественной убыли списывается по распоряжению руководителя на издержки производства и обращения. Нормы убыли применяются лишь при выявлении фактических недостач. Недостачи сверх норм удерживаются за счет виновных лиц. Если виновные лица не установлены или суд отказал во взыскании с них убытков от недостачи имущества и его порчи, убытки списываются на финансовые результаты.

В соответствии с Планом счетов для обобщения информации о суммах недостач и потерь от порчи материальных и иных ценностей (включая денежные средства) независимо от того, на какие счета учета в дальнейшем эти суммы будут отнесены, предназначен счет 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей». По недостающим или полностью испорченным товарно-материальным ценностям отражается их фактическая себестоимость, по недостающим или полностью испорченным основным средствам — остаточная стоимость, по частично испорченным материальным ценностям — сумма выявленных в результате инвентаризации потерь.

В бухгалтерском учете результаты недостачи отражаются следующим образом:

- отражена сумма выявленной недостачи.

Дебет 94 «Недостачи и потери от порчи материальных ценностей»

Кредит 01 «Основные средства», 10 «Материалы», 41 «Товары»

- недостачи в пределах норм отнесены на издержки производства:

Дебет 20 «Основное производство», 26 «Общехозяйственные расходы», 44 «Расходы на продажу»

Кредит 94 «Недостачи и потери от порчи материальных ценностей»

Как правило, лица, виновные в недостачах, — это работники фирмы. В соответствии со статьей 246 ТК РФ размер ущерба, причиненного работодателю при утрате и порче имущества, определяется по фактическим потерям, исчисляемым исходя из рыночных цен, действующих в данной местности на день причинения ущерба, но не ниже стоимости имущества по данным бухучета с учетом степени износа этого имущества. Для взыскания ущерба с работников используется счет 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям» субсчет 73-2 «Расчеты по возмещению материального ущерба».

Суммы недостачи со счета 94 «Недостачи и потери от порчи материальных ценностей» списываются следующим образом:

- балансовая стоимость (фактическая себестоимость) недостающего имущества отнесена за счет виновного работника.

Дебет 73-2 «Расчеты по возмещению материального ущерба»

Кредит 94 «Недостачи и потери от порчи материальных ценностей»

Разница между суммой, взыскиваемой с виновных лиц за недостающие материальные и иные ценности, и стоимостью, числящейся в бухучете, отражается на счете 98 «Доходы будущих периодов» субсчет 98-4 «Разница между суммой, подлежащей взысканию с виновных лиц, и стоимостью по недостачам ценностей».

- отражена сумма превышения рыночной стоимости над балансовой стоимостью имущества:

Дебет 73-2 «Расчеты по возмещению материального ущерба»

Кредит 98-4 «Разница между суммой, подлежащей взысканию с виновных лиц, и стоимостью по недостачам ценностей»

По мере погашения задолженности виновным лицом суммы разницы учитываются в прочих доходах:

Дебет 98-4 «Разница между суммой, подлежащей взысканию с виновных лиц, и стоимостью по недостачам ценностей»

Кредит 91-1 «Прочие доходы»

В случае, если виновное лицо не установлено, недостачи и порчи сверх норм естественной

убыли учитываются в составе прочих расходов:

Дебет 91-2 «Прочие расходы»

Кредит 94 «Недостачи и потери от порчи материальных ценностей»

В соответствии со статьей 248 ТК РФ сумма причиненного ущерба, не превышающая среднего месячного заработка, взыскивается с виновного работника по распоряжению работодателя. Распоряжение может быть сделано не позднее одного месяца со дня окончательного установления работодателем размера причиненного работником ущерба. Если месячный срок истек или работник не согласен добровольно возместить причиненный ущерб, а сумма причиненного ущерба, подлежащая взысканию с работника, превышает его средний месячный заработок, взыскание осуществляет только суд. При несоблюдении работодателем установленного порядка взыскания ущерба работник имеет право обжаловать действия работодателя в суде.

Работник, виновный в причинении ущерба, может добровольно возместить его полностью или частично. По соглашению сторон трудового договора допускается возмещение ущерба с рассрочкой платежа. В этом случае работник представляет работодателю письменное обязательство о возмещении ущерба с указанием конкретных сроков платежей. При увольнении работника, который дал письменное обязательство о добровольном возмещении ущерба, но отказался его возместить, непогашенная задолженность взыскивается в судебном порядке. С согласия работодателя работник может передать ему для возмещения причиненного ущерба равноценное имущество или исправить поврежденное имущество. Ущерб возмещается независимо от привлечения работника к дисциплинарной, административной или уголовной ответственности за действия или бездействие, в результате которых работодателю был нанесен ущерб.

Пример 4

Основная деятельность ООО «Алтухово» - оптовая торговля продовольственными товарами и сельскохозяйственной продукцией. По результатам инвентаризации в декабре 2007 г. на складе с искусственным охлаждением хранится в полиэтиленовых пакетах 980 кг зеленого лука. По данным бухгалтерского учета количество зеленого лука составляет 1000 кг. Его себестоимость — 200 руб./кг, рыночная стоимость — 250 руб./кг (НДС при учете недостач в примерах не рассматривается).

Недостача составила 20 кг (1000 кг – 980 кг). Приказом Минсельхоза России от 28.08.2006 № 268 утверждены Нормы естественной убыли массы столовых корнеплодов, картофеля, плодовых и зеленых овощных культур разных сроков созревания при хранении. Москва относится к 2-й климатической группе. В соответствии с названными нормами естественная убыль охлажденного зеленого лука, хранящегося в полиэтиленовых пакетах, составляет 0,7 % для зимнего периода, то есть в данном случае 7 кг (1000 кг x 0,7 %). По распоряжению руководителя фирмы стоимость недостачи в пределах норм отнесена на издержки производства. Остальная сумма взыскивается из зарплаты материально ответственного лица (кладовщика) по рыночной стоимости (имеется его согласие). При этом нужно учитывать ограничения в размере удержаний из зарплаты работника, установленные в статье 138 ТК РФ.

В бухгалтерском учете сделаны записи:

- учтена себестоимость недостающего зеленого лука (20 кг x 200 руб./кг)

Дебет 94 «Недостачи и потери от порчи материальных ценностей»

Кредит 41 «Товары»

4000

- сумма недостачи в пределах норм естественной убыли включена в состав расходов на продажу (7 кг x 200 руб./кг):

Дебет 44 «Расходы на продажу»

Кредит 94 «Недостачи и потери от порчи материальных ценностей» 1400

- себестоимость недостающего товара сверх норм естественной убыли отнесена за счет виновного лица (4000 руб. – 1400 руб.):

Дебет 73-2 «Расчеты по возмещению материального ущерба»

Кредит 94 «Недостачи и потери от порчи материальных ценностей» 2600

отражена подлежащая возмещению работником сумма превышения рыночной стоимости над себестоимостью товара $[(20 \text{ кг} - 7 \text{ кг}) \times (250 \text{ руб./кг} - 200 \text{ руб./кг})]$:

Дебет 73-2 «Расчеты по возмещению материального ущерба»

Кредит 98-4 «Разница между суммой, подлежащей взысканию с виновных лиц, и стоимостью по недостачам ценностей» 650

- у виновного лица удержана сумма ущерба (2600 руб. + 650 руб.):

Дебет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»

Кредит 73-2 «Расчеты по возмещению материального ущерба» 3250

- учтен прочий доход:

Дебет 98-4 «Разница между суммой, подлежащей взысканию с виновных лиц, и стоимостью по недостачам ценностей»

Кредит 91-1 «Прочие доходы» 650

В подпункте 2 пункта 7 статьи 254 НК РФ отмечено, что к материальным расходам приравняются потери от недостачи и (или) порчи при хранении и транспортировке материально-производственных запасов в пределах норм естественной убыли, утвержденных в порядке, установленном Правительством РФ. Согласно данной норме принято постановление Правительства РФ от 12.11.2002 № 814, которое регулирует порядок утверждения норм соответствующими министерствами. Однако на данный момент многие нормы еще не разработаны. Поэтому применяются нормы естественной убыли, утвержденные ранее соответствующими федеральными органами исполнительной власти (ст. 7 Федерального закона от 06.06.2005 № 58-ФЗ). Включение в состав расходов недостач сверх норм главой 25 НК РФ не предусмотрено. Но на основании подпункта 5 пункта 2 статьи 265 Кодекса к внереализационным расходам приравниваются убытки организации в виде недостачи материальных ценностей в производстве и на складах, на предприятиях торговли в случае отсутствия виновных лиц, а также убытки от хищений, виновники которых не установлены. Факт отсутствия виновных лиц должен быть документально подтвержден уполномоченным органом государственной власти. Расходы учитываются в том отчетном (налоговом) периоде, в котором уполномоченный орган вынес соответствующее решение (письмо Минфина России от 02.05.2006 № 03-03-04/1/412).

В налоговом учете вся сумма возмещаемого работником ущерба включается в состав доходов единовременно. В результате применения разных способов признания доходов возникает вычитаемая временная разница, приводящая к образованию отложенного налогового актива.

Налогоплательщик имеет право принять к вычету суммы НДС на основании счета-фактуры продавца в порядке, установленном в статье 171 НК РФ. Одно из обязательных условий: товары (работы, услуги), а также имущественные права приобретены для осуществления операций, признаваемых объектами налогообложения (подп. 2 п. 2 ст. 171 НК РФ). Естественно, утерянные или похищенные товарно-материальные ценности не могут быть использованы в операциях, облагаемых налогом на добавленную стоимость. А значит, суммы этого налога, ранее принятые к вычету по товарно-материальным ценностям, выявленным при проведении инвентаризации как недостающие, восстанавливаются. В бухучете сумма восстановленного НДС отражается по дебету счета 19 в корреспонденции с кредитом счета 68 субсчет «Расчеты по налогам и сборам». Со счета 19 сумма относится в дебет счета 94, а после этого (в зависимости от того, выявлены виновные лица или нет) — на расчеты с виновным работником либо в состав прочих расходов.

В главе 25 НК РФ не предусмотрена возможность взаимного зачета излишков и недостач в результате пересортицы. Для целей налогообложения недостачи включаются в налоговую базу в пределах норм (подп. 2 п. 7 ст. 254 НК РФ). Кроме того, при исчислении налога на прибыль учитываются расходы в виде недостачи материальных ценностей в производстве и на складах, на предприятиях торговли при отсутствии виновных, а также убытки от хищений, виновники которых не установлены. Факт отсутствия виновных лиц должен быть документально подтвержден уполномоченным органом государственной власти (пп. 5 п. 2 ст. 265 НК РФ).

Таким образом, убыток, являющийся результатом проведения взаимного зачета излишков и недостач товарно-материальных ценностей, выявленных в результате инвентаризации, не учитывается при формировании налоговой базы по налогу на прибыль. Излишки учитываются в налоговой базе в составе внереализационных доходов по рыночной стоимости (п. 20 ст. 250 и п. 5 и 6 ст. 274 НК РФ). Кроме того, в состав внереализационных доходов включаются суммы ущерба, возмещаемые виновным лицом (п. 3 ст. 250 НК РФ).

Несмотря на то, что порядок проведения инвентаризации достаточно подробно регламентирован действующим законодательством, по словам автора, организации очень часто допускают различные нарушения при проведении инвентаризации.

Исходя из опыта аудиторских проверок можно выделить типичные ошибки, допускаемые при проведении инвентаризации:

- 1) состав инвентаризационной комиссии не утверждается руководителем - нет основания для проведения инвентаризации;
- 2) документально подтверждено отсутствие хотя бы одного из членов комиссии во время проведения инвентаризации - результаты инвентаризации недействительны;
- 3) в приказе не указаны сроки инвентаризации - нет основания для начала проведения инвентаризации;
- 4) во время перерывов в работе комиссии не бывает закрыт доступ посторонним к помещению, где хранились инвентаризационные описи, - внесение исправлений, искажающих результаты инвентаризации;
- 5) при невозможности остановки хозяйственной деятельности приходно-расходные документы не завизированы председателем инвентаризационной комиссии - имеется возможность оформить ранее не выписанные приходно-расходные документы;
- 6) у материально ответственных лиц не берутся расписки о том, что все приходные и расходные документы были сданы в бухгалтерию, - при выявлении нарушений могут быть предъявлены приходно-расходные документы, оформленные в период проведения инвентаризации;
- 7) проводится сопоставление данных бухгалтерского учета с фактическим наличием, а не наоборот (идеально составление инвентаризационных описей вручную по факту) - имеется возможность искажения фактических данных в соответствии с данными бухгалтерского учета;
- 8) инвентаризационная опись составлена в одном экземпляре - результаты инвентаризации недействительны;
- 9) итоги должны быть выверены на каждой странице (число - прописью, количество номеров и сумма материальных ценностей, а также общий итог - в натуральных показателях, даже если подсчет велся в денежном измерении) - имеется возможность несанкционированных исправлений;
- 10) на каждой странице нет записи «Цены, итоги проверил» и подписи материально ответственного лица - инвентаризационная опись не является документом, на основании которого можно предъявлять претензии к материально ответственным лицам;
- 11) ошибки и исправления не подписаны и не заверены членами комиссии - исправления считаются недействительными;
- 12) инвентаризационная опись после утверждения результатов содержит незаполненные строки, хотя в них должны быть поставлены прочерки, - имеется возможность внесения дополнительных данных;
- 13) на последней странице инвентаризационной описи нет подписи материально ответственного лица об отсутствии у него претензий к членам комиссии и подтверждения, а также о том, что он принимает указанное в описи имущество на ответственное хранение, - отсутствие оснований для предъявления претензий к материально ответственному лицу при выявлении недостач;
- 13) записи отражения на счетах излишков или недостач должны быть произведены или датой окончания инвентаризации, или 31 декабря отчетного года.

Таким образом, инвентаризацию проводят в конце года по всем счетам. Для этого следует провести инвентаризацию, в ходе которой и формируются документы, содержащие оценку имущества и

обязательств, которые обеспечивают достоверность данных бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности и только после этого следует осуществлять реформу баланса.

1. Инвентаризация. Недостачи и хищения. Расчеты по претензиям: практич. пособие / под общ. ред. В.В. Семенихина. М.: Эксмо, 2005. 144 с.
2. Коваль, Л.С. Учетная политика организации / Л.С. Коваль. М.: Юстицинформ, 2007. 328 с.
3. Кузнецова В.А. Организация бухгалтерского и налогового учета на предприятиях торговли. М.: Бератор-паблишинг, 2007. 352 с. - ISBN 978-5-9727-0052-3.
4. Методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств, утвержденные Приказом Минфина России от 13.06.1995. № 49.
5. Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, утвержденное приказом Минфина России от 29.07.98 № 34п (в редакции от 18.09.2006 г.).
6. Соколов Я.В., Быков В.А. Инвентаризация как метод бухгалтерского учета // Бухгалтерский учет. 2005. № 4. С. 49-53.
7. Федеральный закон от 21.11.96 № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» (в редакции от 03.11.2006 г.).

Анненкова А.А., Комов О.И.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ СТАТИСТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Орловская региональная академия государственной службы

Россия прошла важный этап экономических преобразований. В стране активно формируются различные варианты дальнейшего стратегического развития. Государство в лице Правительства РФ разрабатывает средне- и долгосрочные программы, в которых ставит перед собой сложные задачи, такие как: обеспечение прогрессивного осуществления структурных изменений в экономике, удвоение ВВП, борьба с бедностью, создание условий для интегрирования в мировую экономику. Данные программы не содержат явных задач, направленных на поддержку малого бизнеса. Однако опыт развитых зарубежных стран показывает, что особую роль в реализации подобных задач играет уровень развития малого предпринимательства. Малый бизнес способен оказывать существенное влияние на многие экономические и социальные процессы, на структуру экономики страны, является необходимым условием формирования экономической среды, благоприятствующей возникновению конкуренции товаропроизводителей, развитию рыночных отношений, противодействия монополизму крупных фирм в производстве и других видах деятельности.

Вместе с тем, оценку реального уровня и масштабов развития малого бизнеса в России (равно как и проведение международных сопоставлений) осложняют особенности статистического учета его субъектов.

В настоящее время состав и качество имеющейся статистической информации о деятельности малого бизнеса не в полной мере соответствует его возрастающей роли в экономике. Госкомстат России, начиная с 1996 г., осуществляет мониторинг малых предприятий по упрощенной программе на выборочной основе. Такой метод обеспечивает оперативность, минимизирует нагрузку на предприятия, но не позволяет в полной мере отслеживать структурные изменения в развитии предпринимательства. Проводимые выборочные наблюдения за организациями малого предпринимательства не обеспечивают надлежащей точности в оценке их финансового состояния, налогооблагаемой базы, инвестиционной деятельности, информации о производстве и продаже конкретных видов товаров и оказанных услугах. Отсутствует возможность получения детальных данных в территориальном разрезе.

В целях получения полной и объективной информации в 2001 г. было проведено сплошное статистическое обследование малых предприятий, на основании распоряжения Правительства Российской Федерации от 29 марта 2000 г. № 476-р «О проведении в первом полугодии 2001 г. на территории Российской Федерации сплошного статистического обследования малых предприятий». Про-

граммой предусмотрено, что такое статистическое наблюдение будет базироваться на подведении раз в 5-10 лет сплошных обследований - экономических переписей, в промежутках между которыми будут осуществляться периодические выборочные обследования по широкому спектру проблем развития малого бизнеса [3]. Однако обследование 2001 г. является последним.

Результаты сплошного обследования заставляют усомниться в достоверности итогов выборочных обследований. Например, в соответствии с выборочными данными инвестиции в основной капитал малых предприятий в 2000 г. составили 29,5 млрд. руб., а с первыми - 54 млрд; выручка в расчете на одного работника, согласно сплошному обследованию, оказалась в 1,8 раза большей. То же можно отметить в отношении некоторых других показателей: выше оказался, в частности, вклад малых предприятий в объем инвестиций в основной капитал [4; С. 30-51].

Помимо степени достоверности данных к проблемам оценки уровня развития малого бизнеса в нашей стране нужно отнести трудности учета индивидуальных предпринимателей, действующих без образования юридического лица (с 1995 г. они, тоже отнесены к субъектам малого предпринимательства) [1]. Перепись индивидуальных предпринимателей была запланирована на 2007 г., но так и не была проведена. Имеющаяся же в настоящее время информация носит преимущественно оценочный и выборочный характер и не может, таким образом, считаться в полной мере объективной. Исследовательские задачи осложняются и тем обстоятельством, что статистика содержит ограниченный перечень показателей, характеризующих малое предпринимательство. Применительно к России это:

- число зарегистрированных малых предприятий (при выделении соответствующего отраслевого разреза) и индивидуальных предпринимателей;
- численность занятых на малых предприятиях в целом и по отраслям;
- производство продукции, работ и услуг в целом и по отраслям;
- выручка и инвестиции в основной капитал в целом и по отраслям;
- доля субъектов малого предпринимательства в розничном товарообороте и в подрядных работах по строительству.

Набор публикуемых индикаторов состояния малого предпринимательства не дает возможности без дополнительных информационных источников проводить комплексную оценку, а также не позволяет проводить сравнение малого бизнеса с крупными и средними предприятиями по многим параметрам. Так, фактически нерешаемую задачу составляет учет доли малых предприятий в ВВП, поскольку не публикуются данные о том, какую добавленную стоимость они производят. Возможно использование лишь такого показателя, как соотношение выпуска товаров (работ, услуг) малыми предприятиями и ВВП, естественно, не отражающего реальной ситуации, а завышающего роль этих предприятий. Тем не менее, удельный вес малого бизнеса в ВВП продолжает указываться, причем в качестве целевого параметра, в официальных документах. Так, например по данным сплошного обследования: в России насчитывается около 880 тысяч малых предприятий и 4,5 миллионов индивидуальных предпринимателей, создающих 15 миллионов рабочих мест. Удельный вес малого бизнеса в ВВП России - примерно 12 %, тогда как в развитых странах он составляет около 70-90 % [5; С. 9-10].

Предоставляемый Госкомстатом России перечень показателей затрудняет и международные сопоставления. С одной стороны, налицо несоответствие многих показателей, используемых в России, и индикаторов развития малого бизнеса, принятых на международном уровне. С другой стороны, есть особенности агрегации отечественной и зарубежной статистики. Так, в статистике ЕС используются такие показатели, как оборот предприятий, размер произведенной добавленной стоимости в расчете на одного работника и доля затрат на рабочую силу в добавленной стоимости. При этом перечисленные индикаторы агрегируются в зависимости от числа занятых по различным категориям предприятий: «мелким», «малым», «средним» и «крупным», что позволяет выявлять и соответствующие различия. В нашей стране принята другая агрегация: выделяются, к сожалению, только «малые» предприятия.

Говоря об особенностях отечественной статистики малого предпринимательства, ее агрегации

и недостатках таковой, приходится констатировать, что дело не столько в трудностях международных сопоставлений, сколько в невозможности оценки многих важных параметров внутри страны. Как, в частности, определить бюджетный эффект или налоговые поступления от сектора малого предпринимательства? Налоговая статистика не выделяет группы предприятий различных размеров, в связи с чем крайне сложно оценить относительную эффективность тех или иных новаций в системе налогообложения субъектов малого предпринимательства.

Серьезные проблемы связаны также с учетом «теневых» сектора в малом бизнесе. Его оценки значительно разнятся, но все эксперты сходятся во мнении о том, что «теневой» оборот здесь составляет серьезную величину, а значит, требуется существенная корректировка официальной статистики малого бизнеса, особенно финансовых результатов деятельности соответствующих предприятий, стоимостных показателей, выручки или выпуска товаров.

Таким образом, среди основных проблем статистики малого бизнеса можно выделить следующие:

- отсутствие качественной первичной информации о состоянии субъектов малого предпринимательства и единого перечня показателей этого состояния;
- недостаточность адекватных утвержденных методик для расчета и информационного наполнения единой системы оценочных показателей;
- необходимость очистки от ошибок исходной базы данных, в частности, сопоставления данных сплошного и выборочного обследований;
- нежелание государственных органов учитывать «теневой сектор» малого предпринимательства;
- нежелание субъектов малого предпринимательства предоставлять объективную информацию о своей деятельности.

Для решения данных проблем можно предложить следующие пути:

- Обеспечить реализацию вступившего в силу федерального закона о развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации, по которому сплошное обследование должно проводиться не реже одного раза в пять лет;
- использовать данные о малом предпринимательстве при оценке перспектив его развития и значимости из всех возможных источников: налоговых и таможенных органов, Пенсионного фонда РФ, Счетной палаты, МВД, судов (арбитражных, гражданских, уголовных);
- разработать и утвердить единый перечень показателей малого бизнеса;
- ввести в практику учет «теневых» составляющих деятельности субъектов малого предпринимательства; шире использовать программно-технологические и методологические наработки для оценки состояния малого предпринимательства и его вклада в социально-экономическое развитие;
- ввести «критерий выручки» для оценки развития малого предпринимательства, который позволит более четко определить категорию бизнеса, нуждающуюся в государственной поддержке. Ограничение по выручке позволит формировать более однородный по показателям деятельности сектор, унифицировать подходы по определению границ сектора малого и среднего предпринимательства с международной практикой, сделать государственную поддержку более адресной. Возможно выделение по аналогии с европейскими статистическими нормами «мелкого бизнеса» или микробизнеса, куда бы вошли индивидуальные предприниматели как особый сегмент российского рынка.

Таким образом, применение искаженных, неточных данных при анализе каких-либо явлений может привести к неправомерным сценариям развития и лишь ухудшить общую ситуацию. Необходимым условием реальной оценки значимости малого бизнеса в социально-экономическом развитии государства является использование достоверной и наиболее полной системы индикаторов, построенной на принципе максимально точного отражения происходящих в данной сфере процессов.

1. Федеральный закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации». № 88-ФЗ от 14 июня 1995 // Собрание законодательства РФ от 3 августа 1998. № 31.
2. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» № 209-ФЗ от 24 июля 2007 // Российская газета. 2007. 31 июля.
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 29 марта 2000 года № 476-р «О проведении в первом полугодии 2001 г. на территории Российской Федерации сплошного статистического обследования малых предприятий» // СЗ РФ. 2003. № 33.
4. Еваленко М.Л. Потенциал малого предпринимательства и экономика российских регионов // Российский экономический журнал. 2003. № 9/10. С. 30-51.
5. Хоролев С.Н. Козыри в рукаве // Независимое обозрение. 2003. № 4. С. 9-10.

VI. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ: ОБЩИЕ ПРОБЛЕМЫ

Никитин С.А., Мозгунова Н.Н.

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА СТАДИЯХ ЕГО ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА

Орловский государственный технический университет

Современный менеджмент уделяет особое внимание такой экономической категории как управление развитием предприятия. Под развитием в данном случае понимается процесс изменения качественных и количественных характеристик промышленного предприятия, связанный с целенаправленным воздействием управляющей подсистемы.

Управление развитием предприятия - это совокупность мероприятий, методов и средств, связанных с целенаправленным регулированием движения денежных, имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемых в производство, а также иные виды деятельности предприятия, осуществляемые для достижения рыночных, производственных, финансово-экономических, социальных и прочих целей.

Предпосылкой устойчивого экономического роста и развития является поступление инвестиций. Экономическое развитие предприятия основано на его эффективной инвестиционной деятельности. Инвестиционная деятельность промышленного предприятия может быть внутренней, т.е. ориентированной на внутреннее развитие путем реальных инвестиций и внешней, проявляющейся в форме финансовых инвестиций.

Многие промышленные предприятия, находясь в состоянии кризиса и борьбы за выживание в условиях жесткой конкурентной борьбы, наибольшее внимание уделяют именно внутреннему развитию. Особое значение внутрифирменное развитие в форме реальных инвестиций приобретает в условиях, когда значительная часть производственных мощностей имеет высокую степень физической изношенности и морально устарела.

По оценкам Министерства экономического развития и торговли вложения в основной капитал машиностроительного комплекса постепенно увеличиваются, но объем инвестиций в указанную сферу недостаточен для решения стратегических задач развития.

Одним из факторов, оказывающих влияние на формирование внутренней инвестиционной стратегии предприятий (для достижения целей развития), является предстоящий этап жизненного цикла. Каждой из стадий жизненного цикла организации присущи характерные ей уровень инвестиционной активности, направления и формы инвестиционной деятельности, особенности формирования инвестиционных ресурсов. Разрабатываемая внутренняя инвестиционная стратегия позволяет заблаговременно адаптировать инвестиционную деятельность организации к предстоящим изменениям для обеспечения возможностей ее экономического развития.

Практически любая коммерческая структура проходит следующие стадии (ступени) развития в соответствующем масштабе [2]:

1. Идея, создание предприятия, становление - планирование будущего, начало деятельности, увеличение объема продаж, производства или услуг.

2. Рост, развитие - интенсивный рост продаж или услуг, и как следствие самой организации. Бюрократизация фирмы.

3. Зрелость - приостановка темпов, а затем и полное прекращение роста объема продаж. Рост оргструктуры продолжается.

4. Спад - стагнация и уменьшение продаж. Уменьшение организации или существенные преобразования - реорганизация.

В каждой точке перегиба перед предприятием появляются новые цели, меняются задачи, и руководителю необходим новый взгляд на управление.

Выживают те предприятия, которые создают организационные характеристики, отвечающие требованиям внешней среды, ее критериям отбора. Таким образом, изменения, происходящие на предприятии, являются следствием адаптации к условиям внешней среды [2].

Стадии развития предприятия характеризуются определенными целями, приоритетами, задачами. Целями деятельности предприятий могут быть: повышение жизнеспособности предприятия, достижение стабильного функционирования и устойчивого развития предприятия и др. Достижение этих целей требует реализации определенных наборов мероприятий, что в свою очередь вызывает потребность в инвестициях, т.е. осуществлении инвестиционной деятельности. Таким образом, выбор инвестиционной стратегии зависит от того, на каком этапе жизненного цикла находится предприятие [1].

Так как потребность в инвестировании в развитие производства (для поддержания предприятия на определенной стадии) на каждой стадии разная, то и величина чистой прибыли предприятия, направляемой на развитие, должна соответствовать потребностям на этих стадиях развития (рисунок 1).

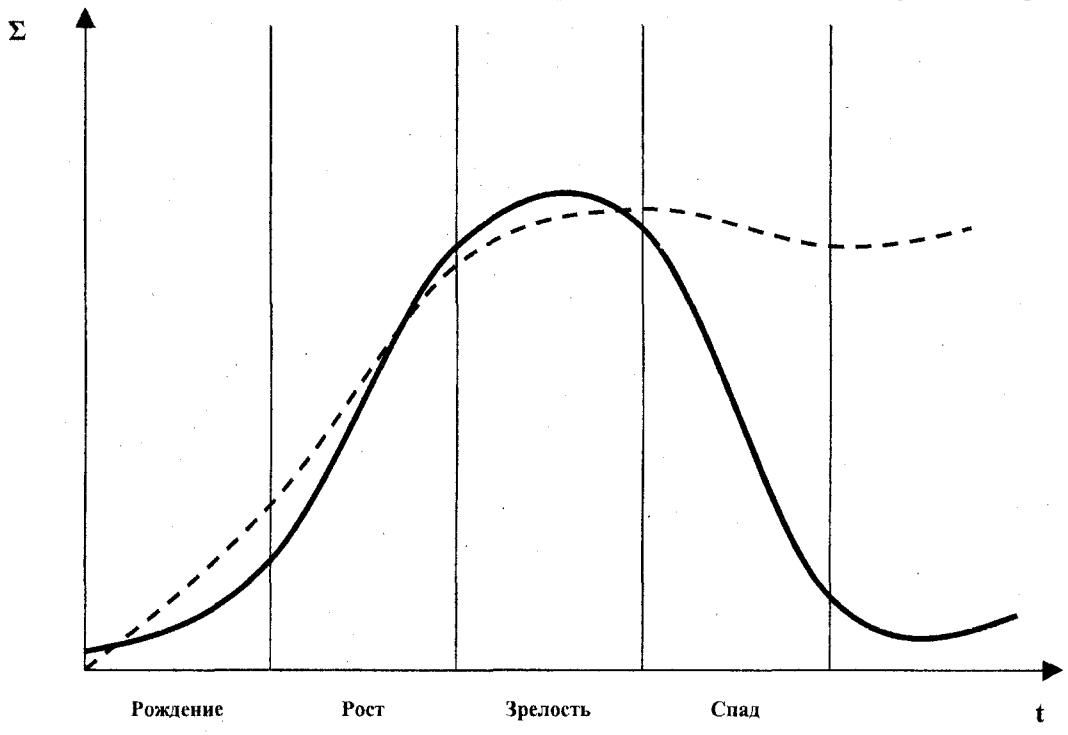


Рис. 1. Динамика средств, направляемых на развитие предприятия, на разных стадиях жизненного цикла

На этапе становления потребности предприятия определяются необходимостью обеспечения эффективного запуска и становления предприятия. Целями предприятия на данном этапе являются выживание и укрепление конкурентоспособности, что требует вложений в расширение производства. Направления вложения средств на данной стадии могут быть ориентированы на максимальное увеличение прибыли: захват незанятого сегмента рынка, организацию труда, адаптацию новых технологий и способов организации производства и сбыта.

На стадии становления стратегия предприятия должна быть ориентирована на обеспечение долгосрочной потребности в создании длительного конкурентного преимущества и неуязвимой позиции на рынке, поэтому приоритет отдается накоплению капитала и его производственному использованию. Основой развития на данном этапе являются быстрая реакция на нужды клиентов, создание творческой атмосферы и энтузиазм при недостаточной оплате труда. На данной стадии фирмам постоянно приходится сталкиваться со стратегическими проблемами оценки рисков и возможностей.

Необходимые руководителю рабочие качества определяют и тип топ-менеджера, например, менеджер-предприниматель с высокой работоспособностью, использующий профессиональные методы управления и готовый рисковать.

Основной целью предприятия на стадии роста являются кратковременная прибыль и ускоренный рост путем укрепления и захвата своей части рынка и организации труда. Основными направлениями вложения могут быть снижение издержек или дифференциация (организация, привлечение персонала, строительство, приобретение производственных мощностей, расширение сбытовой сети, привлечение потенциального покупателя). Планирование распределения прибыли на данной стадии ориентировано на увеличение оплаты труда, стимулирование работников предприятия. Основой развития является определение направления роста и развитие функциональной структуры. Выживание возможно за счет жесткого руководства.

Также возможно использование стратегии пропорционального развития, которая фактически характеризуется периодической сменой приоритетов: сначала отдается предпочтение опережающему повышению зарплаты, затем - преимущественный рост фонда развития и т.д.

Стадия зрелости характеризуется замедлением роста, что требует вложения средств на внедрение технологических достижений, модернизацию товара, рост рекламы, повышение уровня обслуживания, предоставление дополнительных услуг, быстрое изменение уровня производственных мощностей в течение короткого промежутка времени, проведение других мероприятий по поддержанию рыночного спроса. Основной целью деятельности является систематический сбалансированный рост по разным направлениям и формирование индивидуального имиджа.

Стадия спада характеризуется стагнирующим спросом. Данная стадия предполагает либо продажу предприятия, либо прекращение его деятельности, либо осуществление мероприятий по поддержанию предприятия на определенном уровне: улучшение качества продукции, введение товарных новшеств, производство модернизации, сокращение текущих расходов, увеличение производительности, развитие конкурентных преимуществ на целевом сегменте, диверсификация бизнеса. Основной целью данной стадии является сохранение достигнутых результатов и обеспечение стабильности.

Таким образом, данная стадия требует значительных вложений в развитие производства для поддержания предприятия на должном уровне, так как именно этот этап чаще всего и определяет дальнейшую динамику кривой жизненного цикла предприятия: прекращение деятельности предприятия или рост и развитие.

Каждый этап жизненного цикла предприятия требует определенной стратегии инвестирования средств, поэтому все существующее множество предприятий целесообразно разделить на группы, каждая из которых характеризуется сходными признаками в зависимости от стадии жизненного цикла:

1. Для первой группы главным является вопрос выживания (в основном это предприятия, находящиеся на стадиях становления и спада). Целью деятельности здесь, как правило, является обеспечение выхода на безубыточное функционирование за минимальное время.

2. Целью второй группы является обеспечение стабильного функционирования и развития (после перехода от безубыточного состояния). Такие предприятия, как правило, находятся на стадии роста.

3. Предприятия, напряженно конкурирующие между собой и развивающиеся, как правило, в режиме самофинансирования, имеют следующие инвестиционные цели: сохранения и укрепления достигнутого стабильного положения с максимизацией финансового результата собственника; а также прорыв на позиции лидера со значительным отрывом от конкурентов. Такие предприятия находятся на стадии роста с переходом в зрелость.

4. Предприятия, находящиеся на стадии зрелости, имеют цель удержаться на вершине и максимально увеличить рост собственности. Они вкладывают средства в поддержание своей доли рынка.

5. Наиболее серьезный выбор стоит перед предприятиями пятой группы, т.к. инвестиции в фазе спада имеют рискованный характер и требуют привлечения внешних источников финансирования.

Целью данных предприятий является переход в новую фазу развития (в случае благоприятного исхода) или уход с рынка (в случае неудачи).

Таким образом, стадия жизненного цикла определяет цели управления развитием предприятия, степень его инвестиционной привлекательности, целесообразность проведения и наиболее перспективные направления инвестирования.

1. Лукасевич И.Я. Финансовый менеджмент. М.: Эксмо, 2008. 768 с.

2. Масленикова Н.П. Управление развитием организации. М.: Центр экономики и маркетинга, 2002. 304 с.

Сотникова Е.А.

ПОКАЗАТЕЛИ ИНТЕНСИФИКАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Орловский государственный институт экономики и торговли

Интенсификация производства - сложный, противоречивый процесс, протекающий в пространстве и времени. Об успешном протекании этого процесса можно судить лишь на основе динамики обобщающего показателя эффективности производства. Противоречивость процесса интенсификации проявляется в том, что в действительности повышение одних частных показателей эффективности обычно сопровождается снижением других. Повышая интенсификацию производства, следует обеспечить условие, чтобы экономия (или повышение эффективности использования одного элемента производственных затрат) не «съедалась» перерасходом (или снижением) эффективности использования других элементов.

Планируя развитие предприятия, следует иметь в виду, что прирост выпуска продукции можно обеспечить двумя путями: во-первых, за счет увеличения производственного потенциала и, во-вторых, более полного и рационального использования производственного потенциала. В первом случае имеет место экстенсивный характер развития производства, во втором - интенсивный.

Интенсификация производства не самоцель, а лишь средство для решения важной задачи повышения уровня эффективности производства. Этот уровень необходимо оценивать при помощи обобщающего показателя экономической эффективности производства.

Анализируя предлагаемые отечественными и зарубежными экономистами обобщающие показатели эффективности, можно выделить следующие группы показателей: затратного типа, ресурсного и смешанного типов. Иногда предлагаются также индексные и приростные формулы показателей эффективности. Однако с помощью последних измеряется не уровень экономической эффективности, а только характер и темпы ее изменения. Считается, что наиболее приемлемым показателем эффективности производства является показатель ресурсного типа, а именно, определяемого на основе затрат применяемого труда, т.е. производственных ресурсов. Это объясняется тем, что:

- без наличия всей массы ресурсов, а не только их потребляемой части, невозможно создание потребительных стоимостей;
- огромный производственный потенциал предприятий и интенсификация его использования требуют прежде всего повышения ресурсоотдачи;
- потребляемые ресурсы (затраты) составляют лишь часть применяемых ресурсов и затратная форма эффективности отражает внутренний механизм реализации более широкой ресурсной эффективности. К такому выводу приходит все большее число экономистов.

Используемые в производстве ресурсы составляют единый взаимосвязанный комплекс, между отдельными элементами которого существует взаимодополнение и взаимозамещение. Поэтому для

получения выводов о тенденции изменения эффективности необходимо соизмерять результаты производства со всем объемом задействованных производственных ресурсов, а не их отдельных элементов. Поэтому обобщающий показатель эффективности производства имеет следующий вид:

$$K_p = \frac{\mathcal{E}}{R}, \quad (1)$$

где K_p - коэффициент ресурсоотдачи предприятия;

\mathcal{E} - годовой эффект (результат) деятельности предприятия, руб.;

R - среднегодовая величина, применяемых производственных ресурсов предприятия, руб.

Измерение результата производства хозяйственных звеньев в соответствии с характером общественного труда должно производиться на базе чистой фактической продукции, а именно: отдельное предприятие может производить не определенный особенный продукт, а принимать определенное участие в выпуске совокупного общественного продукта; при этом рабочее время служит мерой индивидуального участия производителей в совокупном общественном труде. Отсюда следует, что трудовое участие производителей в общественном производстве реализуется в объеме вновь созданной стоимости и именно ее следует принять в качестве результата деятельности предприятия.

Таким образом, результат (эффект) деятельности предприятия составит:

$$\mathcal{E} = Q_p - C_{\text{мат}} - A, \quad (2)$$

где Q_p - годовой объем реализованной продукции предприятия;

$C_{\text{мат}}$ - материальные затраты предприятия;

A - сумма годовой амортизации основных производственных средств.

На наш взгляд, в состав производственных ресурсов R следует включать рабочую силу, основные производственные средства, оборотные средства, природные и информационные ресурсы предприятия, если последние не учитываются в величине оборотных средств как нематериальные активы. Это обусловлено тем, что названные элементы производства находятся в неразрывном единстве. При отсутствии одного из них исчезают функции остальных.

В качестве природных ресурсов для промышленных предприятий следует принимать земельные площади, занимаемые предприятием, и другие природные ресурсы, специфичные для данного вида предприятий.

Заметим, что в связи с всесторонней информатизацией производства возрастает роль и стоимость информационных ресурсов предприятий. По нашим ориентировочным расчетам их величина на современных высокотехнологичных предприятиях пока составляет до 10 % стоимости основных производственных средств предприятия и несомненно, данный вид ресурсов следует учитывать при расчете показателя ресурсоотдачи.

Для представления общей величины ресурсов в стоимостном выражении необходимо в этой оценке представить величину применяемой рабочей силы предприятия. Для этой цели можно использовать различные методы стоимостного выражения применяемых ресурсов живого труда [1]:

- 1) по величине полных затрат на воспроизводство рабочей силы;
- 2) через коэффициенты замещения труда основными производственными фондами;
- 3) путем определения полных затрат труда, овеществленных в основных производственных фондах (для соизмерения стоимости трудовых ресурсов и производственных фондов)

Таким образом, обобщающий показатель эффективности производства включает в себя важнейшие частные показатели эффективности: материало-, трудо-, фондо-, природо- и информационность выпускаемой продукции взаимосвязь между частными и обобщающими показателями эффективности производства. Исследование этих взаимосвязей позволяет установить характер влияния изменения того или иного частного показателя на величину обобщающего показателя эффективности.

Исходя из разработанного нами методического подхода к определению обобщающего показателя эффективности производства на уровне промышленного предприятия (ресурсоотдачи), запишем коэффициенты уровней эффективности использования ресурсов предприятия (затрат применяемого труда) соответственно в базовом и текущем году:

$$K_{pб} = \frac{\mathcal{E}_б}{R_б}, \quad (3)$$

$$K_{pi} = \frac{\mathcal{E}_i}{R_i}, \quad (4)$$

где $\mathcal{E}_б, \mathcal{E}_i$ - результат производственной деятельности предприятия в базовом и текущем (i-ом) годах;

$R_б, R_i$ - объем применяемых производственных ресурсов соответственно в базовом и текущем годах.

Используя приведенные выражения (3),(4), результат производства по рассматриваемым годам запишем так:

$$\mathcal{E}_б = K_{pб} R_б; \quad (5)$$

$$\mathcal{E}_i = K_{pi} R_i \quad (6)$$

Из этих выражений видно, что увеличения результата производства (объема производства) в i-ом году по сравнению с базовым годом можно достичь как за счет увеличения уровня эффективности производства K_p , так и вследствие роста применяемых ресурсов R . Прирост результата производства, обеспечиваемый путем увеличения ресурсоотдачи - это и есть интенсивная часть прироста (точнее, прирост результата за счет интенсификации производства), которая составит:

$$\Delta \mathcal{E}_{инт} = (K_{pi} - K_{pб}) R_б \quad (7)$$

Другая часть прироста - экстенсивная ($\Delta \mathcal{E}_{экт}$), получаемая за счет увеличения объема применяемых ресурсов, определяется так:

$$\Delta \mathcal{E}_{экт} = (R_i - R_б) K_{pб} \quad (8)$$

Исходя из этого, величина общего прироста результата производства (объема выпускаемой продукции) в текущем году по сравнению с базовым годом ($\Delta \mathcal{E}_{общ}$) составит:

$$\Delta \mathcal{E}_{общ} = \mathcal{E}_i - \mathcal{E}_б \quad (9)$$

$$\text{или } \Delta \mathcal{E}_{общ} = \Delta \mathcal{E}_{инт} + \Delta \mathcal{E}_{экт} \quad (10)$$

Соотношение величин $\Delta \mathcal{E}_{инт}$ и $\Delta \mathcal{E}_{экт}$ отражает характер, и особенности экономического развития производства за анализируемый период времени. При этом можно выделить следующие варианты развития:

$$1) \mathcal{E}_i > \mathcal{E}_б; \quad \mathcal{E}_i = \mathcal{E}_б + \Delta \mathcal{E}_{инт}; \quad K_{pi} > K_{pб}; \\ R_i \leq R_б; \quad \Delta \mathcal{E}_{экт} = 0;$$

т.е. имеем исключительно интенсивный характер экономического развития предприятия, так как весь прирост продукции обеспечивается за счет повышения уровня эффективности производства.

$$2) \mathcal{E}_i > \mathcal{E}_б; \quad \mathcal{E}_i = \mathcal{E}_б + \Delta \mathcal{E}_{экт}; \quad K_{pi} < K_{pб}; \\ R_i > R_б; \quad \Delta \mathcal{E}_{инт} \leq 0;$$

-это исключительно экстенсивный характер развития производства. Прирост продукции предприятия происходит при сохранении или даже снижении достигнутого уровня экономической эффективности производства.

$$3) \mathcal{E}_i > \mathcal{E}_6; \quad \mathcal{E}_i = \mathcal{E}_6 + \Delta \mathcal{E}_{\text{экт}} + \Delta \mathcal{E}_{\text{инт}};$$

$$K_{pi} > K_{p6}; \quad R_i > R_6;$$

этот вариант представляет смешанный характер развития производства. При этом если $\Delta \mathcal{E}_{\text{инт}} > \Delta \mathcal{E}_{\text{экт}}$ или $\Delta \mathcal{E}_{\text{инт}} > 0,5 \Delta \mathcal{E}_{\text{общ}}$ обеспечивается преимущественно интенсивное развитие производства. При $\Delta \mathcal{E}_{\text{инт}} < \Delta \mathcal{E}_{\text{экт}}$ или $\Delta \mathcal{E}_{\text{инт}} < 0,5 \Delta \mathcal{E}_{\text{общ}}$ - преимущественно экстенсивное развитие производства.

$$4) \mathcal{E}_i \leq \mathcal{E}_6; \quad \Delta \mathcal{E}_{\text{инт}} = (K_{pi} - K_{p6});$$

$$K_{pi} > K_{p6}; \quad R_i < R_6;$$

- характер развития производства будет интенсивным, так как обеспечивается прирост производства продукции за счет повышения уровня экономической эффективности производства по отношению к базовому периоду. Общего прироста результата производства может и не быть, если потребности потребителей в продукции предприятия отсутствуют. Именно поэтому в качестве одного из показателей эффекта интенсификации производства целесообразно принимать показатель $\Delta \mathcal{E}_{\text{инт}}$, определяемый по формуле (7), а не более привычный приводимый в литературе показатель удельного веса продукции, обеспечиваемый за счет интенсификации производства в общем ее приросте.

Если при отсутствии общего прироста продукции эффективность производства возрастает, показатели типа «удельный вес» (в том числе «за счет») теряют смысл. Предлагаемый нами показатель $\Delta \mathcal{E}_{\text{инт}}$ свободен от этого недостатка, его смысл сохраняется в любом случае.

Коэффициент K_p - показатель эффективности использования производственных ресурсов. Обратная его величина есть не что иное, как удельные затраты ресурсов на единицу производимой продукции, т.е. ресурсоемкость единицы продукции. Повышая K_p , снижается ресурсоемкость. Отсюда вытекает другой показатель интенсификации производства - годовой экономический эффект повышения уровня экономической эффективности - $\Delta \mathcal{E}_{\text{инт}}$, определяемый по формуле:

$$\mathcal{E}_{\text{инт}} = \left(\frac{1}{K_{p6}} - \frac{1}{K_{pi}} \right) \mathcal{E}_i \quad (11)$$

Заметим, что абсолютная величина $\Delta \mathcal{E}_{\text{инт}}$ зависит не только от достигнутого уровня эффективности, но и от объема производственных ресурсов, она оказывается несопоставимой для предприятий разных размеров. Для обеспечения сопоставимости результатов интенсификации для предприятий независимо от их размера целесообразно использовать относительную величину интенсификации производства, определяемую следующим образом:

$$\Delta \bar{\mathcal{E}}_{\text{инт}i} = \frac{\Delta \mathcal{E}_{\text{инт}i}}{\mathcal{E}_6} 100\%, \quad (12)$$

где $\Delta \bar{\mathcal{E}}_{\text{инт}i}$ - процент прироста результата производства (прироста выпускаемой продукции), обеспечиваемый в i-ом году за счет интенсификации производства по сравнению с базовым годом.

Рассматривая условия обеспечения преимущественно интенсивного характера экономического развития производства на любом предприятии, следует иметь в виду, что преимущественно интенсивный характер развития производства достигается в том случае, когда темпы прироста выпуска продукции (результата производства) более, чем вдвое опережают темпы прироста применяемых производственных ресурсов. Это означает, например, что если в течение года объем реализованной чистой продукции увеличится на 6 %, то допустимым является увеличение применяемых производственных ресурсов за этот же период до 3 %.

Следовательно, общим условием интенсивного типа производства является рост экономической эффективности производства с учетом роста объема выпускаемой продукции. Это условие можно записать так:

$$K_{p\min} = \frac{2I_3 K_{pb}}{I_3 + 1}, \quad (13)$$

где $K_{p\min}$ - минимальное значение уровня экономической эффективности производства, превышение которого на любую, даже незначительную величину обеспечивает преимущественно интенсивный характер развития производства;

I_3 - индекс роста результата (эффекта) производства.

Таким образом, экономические результаты интенсификации производства находят свое отражение и могут быть измерены в виде:

- 1) относительного роста уровня эффективности производства (ресурсоотдачи);
- 2) абсолютного годового экономического эффекта, достигаемого за счет сокращения объема совокупных применяемых ресурсов на рубль реализуемой чистой продукции;
- 3) абсолютного и относительного прироста объема производимой в рассматриваемый период чистой продукции (результата производства), обеспечиваемого повышением эффективности инвестиций в производственные ресурсы и текущих производственных затрат.

Рассмотренные методы и показатели оценки результатов интенсификации промышленного производства целесообразно использовать в процессе формирования системы стратегического управления техническим развитием предприятия и повышением эффективности его функционирования на интенсивной основе. Это позволит повысить устойчивость функционирования предприятия и его конкурентоспособность.

1. Никитин С.А. и др. Экономическая эффективность производственно-хозяйственной деятельности промышленного предприятия: оценка, моделирование и прогнозирование. Тула: ТГПУ, 1997. 160 с.
2. Рыбин В.Н. Планирование эффективности и интенсификации производства в машиностроении. Л.: Машиностроение, 1989. 257 с.
3. Черников Д.А. Темпы и пропорции экономического роста. М.: Экономика, 1982. 325 с.

Королева О.А.

ОЦЕНКА ЭЛАСТИЧНОСТИ РЕАКЦИИ КОНКУРЕНТОВ

Орловский государственный технический университет

На рынках с высокой концентрацией каждая организация хорошо знакома с действующими силами, и маневры любого конкурента ощущаются остальными организациями. Результат стратегического маневра сильно зависит от того, будут ли на него реагировать конкуренты.

В процессе исследования деятельности российских вузов, можно говорить о том, что на рынке образовательных услуг сложилась ситуация олигополии, то есть ситуация, когда число конкурентов мало, несколько организаций доминируют на рынке, создавая сильную взаимозависимость, причем доля каждого из них в общих продажах настолько велика, что изменение в количестве предлагаемой продукции одной из организаций ведет к изменению цены. Доступ на олигополистический рынок для других организаций затруднен. Контроль над ценами на таком рынке ограничен взаимозависимостью этих организаций (за исключением случая сговора). На олигополистическом рынке действует сильная неценовая конкуренция.

Сила реактивной позиции измеряется эластичностью реакции [2].

Интенсивность реакции организации на действие конкурента количественно может быть описана с помощью понятия эластичность реакции.

Обозначив индексом i организацию, которая предприняла действие, а индексом r реагирующую организацию, получим функцию типа:

$$M_r = f(M_i),$$

где M обозначает некоторую переменную маркетинга.

Такая функция предполагает мгновенную реакцию, что более типично для действий, связанных с ценами, чем для других переменных, требующих большего времени для подстройки: технической адаптации для качества, преодоления инерции сбыта, подготовки рекламной кампании.

Эластичность реакции определяется следующим образом:

$$E_r = \% \text{ изменения } M_r / \% \text{ изменения } M_i,$$

где:

E_r - эластичность реакции.

M_i - маркетинговые мероприятия исследуемого вуза;

M_r - маркетинговые мероприятия вуза;

Применив данную методику к нашему исследованию, оценим эластичность реакции конкурирующих вузов на маркетинговую деятельность исследуемого вуза.

Обозначив индексом i вуз, организовавший ряд маркетинговых мероприятий, а индексом r реагирующие вузы, в данном случае $вуз_1$ и $вуз_2$ и получим следующую функцию:

$M_r = f(M_i)$, а также ее частности:

$$M_{r1} = f(M_i)$$

$$M_{r2} = f(M_i)$$

где:

M_i - маркетинговые мероприятия исследуемого вуза;

M_{r1} - маркетинговые мероприятия вуза₁;

M_{r2} - маркетинговые мероприятия вуза₂.

Примем весь спектр маркетинговых мероприятий вузов за 100 %.

В результате применения методов экспертного опроса руководителей и работников исследуемых вузов, наблюдения, исследования информации, размещенной на сайтах орловских университетов и публикаций в СМИ, предлагается следующее соотношение результатов маркетинговых мероприятий (таблица 1).

Таблица 1
Соотношение результатов маркетинговых мероприятий вузов

№ п/п	Наименование параметра	Вуз ₁ (M _i) %	Вуз ₁ (M _{r1}) %	Вуз ₂ (M _{r2}) %
1.	Профорориентационная работа в школах города и области	0,25	0,30	0,20
2.	Культурно-массовые мероприятия для абитуриентов	0,05	-	-
3.	Спортивные мероприятия для абитуриентов	0,05	-	-
4.	Публикации в СМИ	0,05	0,10	0,15
5.	Наличие развитого веб-сайта	0,15	-	0,05
6.	Дни открытых дверей	0,15	0,20	0,25
7.	Ярмарки вакансий	0,15	-	-
8.	Связи с общественностью и реклама	0,05	-	-
9.	Организация подготовительных курсов	0,10	0,25	0,20

Значения эластичности реакции интерпретируются таким образом:

- эластичность, близкая к 0, соответствует отсутствию реакции конкурента: линии поведения независимы;
- эластичность в пределах от 0,2 до 0,8 свидетельствует о частичной адаптации;

- эластичность в пределах от 0,8 до 1 выявляет почти полную настройку на деятельность конкурентов;

- эластичность более 1 отражает эскалацию, или отпор конкурентов.

На рынке образовательных услуг ситуация олигополии встречается часто, и во многих регионах вузы противостоят друг другу на застойных насыщенных рынках, имея на вооружении слабо дифференцированные предложения образовательных услуг.

Взаимозависимость между конкурентами тем сильнее, чем менее дифференцированы их товары. Такую недифференцированную олигополию можно противопоставить дифференцированной олигополии, когда товары имеют в глазах покупателя важные отличительные свойства. Ситуация олигополии чаще всего встречается на рынках товара в стадии их зрелости, когда первичный спрос является нерасширяемым.

Благодаря проведенному анализу эластичности конкурентной реакции можно проанализировать и спрогнозировать стратегии, которые могут избрать организации, реагируя на действие прямого конкурента. Анализируя исследования реакции конкурентов, можно вывести варианты конкурентного поведения на застойном (нерасширяющемся) рынке с олигопольной структурой. В данном случае на рынке образовательных услуг учет конкурентного поведения может составить существенный аспект будущей стратегии. Под конкурентным поведением понимается позиция, которую в процессе принятия решений занимает организация по отношению к своим конкурентам.

В рамках данного исследования, исходя из реакции вузов-конкурентов можно сгруппировать позиции вузов по пяти типам поведения:

- Независимое поведение имеет место, когда действия и противодействия конкурентов совершаются без учета поведения главного конкурента; в нашем случае такая позиция характерна в основном для всех второстепенных решений.

- Кооперативное поведение соответствует уверенной или благодушной позиции, выраженному или подразумеваемому стремлению скорее к согласию, чем к постоянной конфронтации. Соглашения скорее присущи крупным университетам на рынках олигополии, слабо контролируемых в аспекте конкуренции.

- Адаптивное поведение основано на явном учете действий конкурентов: оно заключается в приспособлении своих решений к наблюдаемым решениям конкурентов, не всегда, впрочем, с учетом их последующей реакции. Если все конкуренты на рынке принимают поведение этого типа, имеет место цель взаимных согласований вплоть до стабилизации рынка.

- Опережающее поведение - это более сложная линия поведения, состоящая в том, чтобы предвидеть реакцию конкурентов на действия вуза, полагая, что они сохранят прежний тип поведения. Таким образом, подразумевается, что вуз знает функцию реакции конкурентов и включает ее в процесс разработки своей стратегии. По мере развития стратегического маркетинга такое поведение все чаще встречается на рынках со структурой олигополии, где законы конкуренции соблюдаются достаточно строго.

- Агрессивное поведение также предусматривает предвидение реакции конкурентов на решения главного конкурента на рынке образовательных услуг. Однако в этом случае предполагается, что конкуренты всегда занимают самую неблагоприятную позицию по отношению к вузу. Поведение этого типа чаще всего встречается в ситуации олигополии при нерасширяемом глобальном спросе, когда любой выигрыш для одного всегда есть проигрыш для другого. Подобная ситуация изучается в теории игр как «игра с нулевой суммой», для которой оптимальная стратегия - это та, которая ведет к минимальному риску потерь.

Необходимость системы слежения за конкуренцией очевидна. Выбор позиции по отношению к конкурентам должен занимать центральное место в любой стратегии [1]. Эта позиция должна опираться на тщательный анализ.

1. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М., 2005.

2. Lambin J.J. Strategic Marketing: a European Approach. McGraw-Hill Marketing for Professionals Series, London et al., McGraw-Hill Book Company, 1993.

Васильева Т.Н., Трубина И.О.

**ОПЕРЕЖАЮЩЕЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО
НА РЫНКЕ ИННОВАЦИЙ***Орловский государственный технический университет*

Под влиянием глобализации мировой экономики и научно-технического прогресса изменяются предпочтения потребителей, структура потребностей и спроса. В структуре потребностей происходит смещение акцентов в сторону увеличения доли социальных, духовных и творческих потребностей. Возрастает значение социально-психологических факторов, влияющих на потребительское поведение, прежде всего по отношению к качеству товара, его ценности и степени удовлетворения потребителей. Все больше людей руководствуются такими социальными и психологическими мотивами, как удобство, стиль, характеристики, сервис, статус. Современный покупатель обращает внимание на социальную значимость и эстетическую ценность продукта, на все то, что составляет полезность и качество инновационного товара. Потребитель стремится получить в свое распоряжение эффективный товар, обладающий высокой полезностью (ценностью) по относительно низкой цене.

Чтобы выжить в условиях действия данной закономерности, предприятия просто обречены на непрерывное совершенствование потребительной ценности производимой продукции, услуг. Только такая стратегия способна обеспечить опережающее конкурентное преимущество на рынке инноваций. Под конкурентным преимуществом имеются в виду особенности товара, создающие для него определенное превосходство над подобными товарами других производителей на данном рынке в данное время. Эти характеристики относятся к самому товару (базовой услуге), к дополнительным услугам, к формам организации производства, сбыта, продаж. Конкурентное преимущество всегда относительно, поскольку выявляется путем сравнения с наиболее сильными конкурентами.

Опережающее конкурентное преимущество состоит в способности предприятия стабильно производить товар более высокой полезности и качества по сравнению с аналогичными товарами конкурентов на основе коммерциализации «подрывных», а не поддерживающих инноваций. Поддерживающие инновации являются прибыльными усовершенствованиями, которые год за годом вносит в свой продукт предприятие. Эта стратегия подразумевает выпуск улучшенных продуктов, предназначенных для лучших категорий потребителей; продаются по очень высоким ценам (рисунок 1).

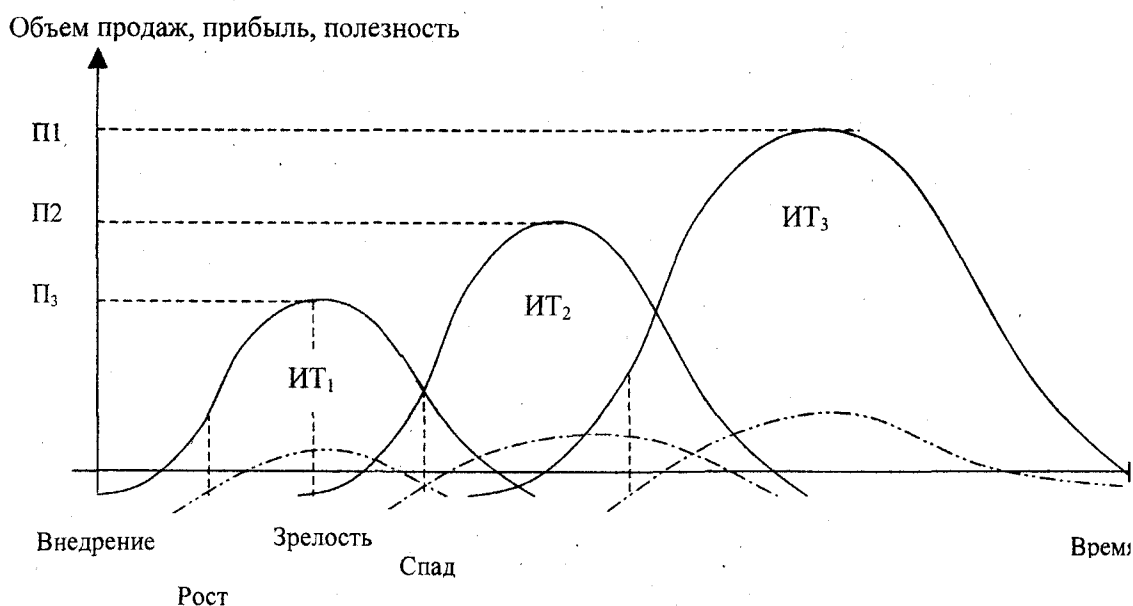


Рис. 1. Воспроизводственный и коммерческий циклы улучшающих или модифицированных инновационных товаров

Условные обозначения:

ИТ₁ – выпускаемая модель инновационного товара;

ИТ₂ – проектируемая, новая модель;

ИТ₃ – перспективная модель;

Π_1, Π_2, Π_3 – полезность соответственно выпускаемой модели, проектируемой и перспективной модели.

В отличие от них «подрывные инновации», как более новые, не рассчитаны на существующие рынки. Они обрывают технологический прогресс и начинают его новую кривую (рисунок 2) [1; С. 44].

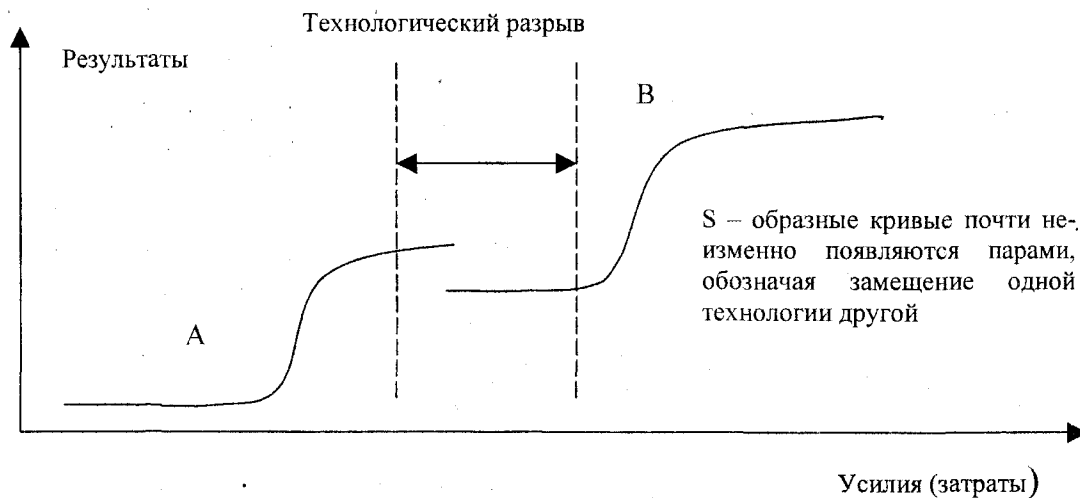


Рис. 2. Этапы развития технологий и технологический разрыв

Обозначения на рисунке: А и В – соответственно логистические кривые технологий А и В.

Жизненный цикл технологии изображается в виде логистической (S-образной) кривой, выражающей зависимость между затратами на улучшение процесса или продукта и полученными при этом результатами. Под результатами понимаются не прибыль или объем продаж, а показатели, характеризующие уровень параметров технологии и качества продукции.

Произведенные на их основе «подрывные» товары более просты в обращении, удобны и недороги, пользуются популярностью у менее требовательных потребителей и даже у тех, кто прежде не пользовался товарами данной категории. Следует иметь в виду, как только «подрывной» товар утвердился в новых секторах рынка, начинается цикл усовершенствований «подрывной» технологии. Как только это происходит, с рынка начинается вытеснение утвердившихся компаний, производителей поддерживающих инноваций, что в итоге приводит их к краху.

Каждое предприятие разрабатывает свою собственную архитектуру продукта со всеми взаимосвязями, чтобы определенным отличным от других способом оптимизировать его свойства. При этом, например, в отрасли сотовой связи различают взаимозависимую и модульную архитектуры продукта. Взаимозависимые архитектуры – закрытые, патентованные, оптимизированные архитектуры; у модульной – отсутствуют взаимосвязи между компонентами продукта; она определяет место и функции каждого компонента в структуре [1; С. 136].

Предприятия, как правило, добиваются успеха в том случае, если архитектура их продуктов будет определяться конкурентной ситуацией на рынке. Когда продукты, представленные на рынке, недостаточно функциональны и надежны и не удовлетворяют потребителей из определенного сегмента рынка, предприятие должно выпускать товары гораздо лучшего качества, чем конкуренты. В этой ситуации опережающее конкурентное преимущество будет на стороне предприятий, которые изберут

взаимозависимую, а не модульную архитектуру. Такие компании должны быть интегрированными, так как нужно контролировать производство всех важнейших компонентов системы, чтобы производить любой ее компонент.

Под воздействием конкуренции, научно-технического прогресса архитектура продукта постепенно эволюционирует. Когда наступает эпоха продуктов с избытком рабочих и технических характеристик, предприятия начинают избегать взаимозависимой архитектуры и двигаются в направлении модульной архитектуры. Они начинают выводить на рынок новые продукты, так как теперь можно улучшать отдельные подсистемы, не затеывая реорганизации всей структуры. Одновременно на данном рынке меняется структура индустрии, которая дает возможность независимым, неинтегрированным организациям продавать, покупать и собирать компоненты продукта. В итоге неинтегрированные компании вытесняют с рынка интегрированных лидеров, занимающихся поддерживающимися инновациями [1; С. 142].

Целью опережающей стратегии является достижение уровня удовлетворения потребностей, превышающего тот, которого может достигнуть конкурент, и в создании благодаря этому такого финансового положения для предприятия, которое обеспечит ему норму прибыли выше среднеотраслевого уровня (инновационную ренту).

Таким образом, условия конкурентной борьбы определяют жизнеспособность выбранной стратегии предприятия и архитектуры производимого продукта. Под влиянием изменения потребностей (они всегда отстают от темпов технического прогресса) процесс движется от взаимозависимых архитектур продуктов и интеграции компаний к модульным архитектурам и дезинтеграции. Эти переходы идут параллельно с совершенствованием «подрывного» продукта и захватывают все более высокие секторы рынка. Поэтому перспективы будут у интегрированных компаний, чья сфера деятельности охватывает как поддерживающие, так и «подрывные» инновации. Со временем такие компании могут поглотить все каналы доступа к потребителю.

В настоящее время принять решение об изменении опережающей стратегии, архитектуре своего продукта должна компания Nokia. Сейчас уже не нужно добавлять еще больше характеристик и функций сотовым телефонам. Менее взыскательные клиенты просто не могут все это использовать. В то же время быстро набирает силу модульная неинтегрированная индустрия ручных компьютерных устройств с операционными системами Symbian. В этих условиях компания сначала может выйти на рынок с продуктами закрытой архитектуры, когда этого требуют обстоятельства конкурентной борьбы и «подрывная» стратегия вытеснения, а затем, когда изменится конкурентная база, сделать свою архитектуру открытой и начать поставлять ключевые подсистемы компаниям-сборщикам. Иначе Nokia ждет ловушка: с одной стороны, есть опасность оказаться на обочине рынка, а с другой – начать поставлять на рынок продукт «на все случаи жизни», ничем не отличающийся от продуктов конкурентов [1; С. 148].

Мощный прибыльный потенциал в цепочке создания стоимости всегда перемещается в отрасли, где качество существующих продуктов не удовлетворяет потребителей. Когда господство модульных архитектур сокращает доходы в одном звене цепочки, возможность получать значительные прибыли появляется в соседнем, благодаря взаимозависимым архитектурам. Прибыли перетекают оттуда, где наблюдается избыток капитала существующих продуктов либо модульной, либо взаимозависимой архитектуры.

Механизм запуска подрывного бизнеса должен работать в определенном ритме и по определенным правилам. «Двигатель подрывного роста» представляя собой процедуру разработки и запуска устойчивого бизнеса, включает четыре принципа:

1) начинать надо вовремя. Новый бизнес нужно создавать тогда, когда рост всего предприятия еще не замедлился;

2) за проект отвечает руководитель высшего звена. Проект должен лично контролироваться руководителем высшего звена, у которого есть власть и полномочия, используемые при необходимости нарушать сложившиеся процедуры;

3) наличие команды экспертов: небольшая команда экспертов на корпоративном уровне должна разработать практически применимую воспроизводимую систему, помогающую создавать бизнес-планы «подрывных» предприятий на основе новых идей;

4) необходимо обучить персонал. Персонал предприятия должен хорошо знать теорию о «подрывных» инновациях с тем, чтобы обращать внимание на идеи, способные заложить основу «подрывной» стратегии [1; С. 277]. Предприятие, создающее «двигатель подрывного роста», будет постоянно приобретать опережающие конкурентные преимущества по качеству на рынке инновационных товаров-услуг.

В экономике знаний выживают предприятия, специализирующиеся на созидательном разрушении, руководствующиеся идеями дискретной эволюции и постоянно перестраивающиеся с учетом изменений, происходящих на рынке.

1. Кристенсен Клейтон М., Майкл Е. Рейнор Решение проблемы инноваций в бизнесе. Как создать растущий бизнес и успешно поддерживать его рост / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 290 с.

Шелаева Е.В., Машегов П.Н.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА И ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИРМОЙ

Орловский государственный технический университет

Одной из основных проблем при разработке модели предприятия вообще и инновационного процесса, в частности, оказывается не только обилие действующих факторов, но и сложность совмещения в рамках одной модели функциональных взаимосвязей и институциональных детерминант. Получается, что в подавляющем большинстве случаев модели, используемые для балансировки ресурсов (оперируют с числовыми значениями), чрезмерно механистичны, а модели, учитывающие институциональные факторы, сугубо описательны и их применение на практике весьма проблематично. Модель фирмы Коуза, позволяющая увязать институциональные «отношения собственности» с объектом числовой природы «транзакционными издержками», - исключение, подтверждающее правило. В сложившейся ситуации неизбежно построение моделей предприятия аналогичных уравнениям множественной регрессии. Когда моделируется влияние одного фактора, все остальные считаются неизменными и независимыми. Очевидно, что в реальной жизни это далеко не так, но это неизбежная плата за возможность осмысления модели.

Представленная на рисунке 1 модель инновационного процесса рассматривает инновационную деятельность прежде всего как способ достижения равновесия между воспроизводственными циклами фирмы: ресурсным, циклом воспроизводства правил принятия решений и выбора допустимых методов (организационная культура) и циклом воспроизводства интересов, который проявляется в целях преследуемых различными заинтересованными в деятельности предприятия сторонами и в конечном итоге в виде некоей равнодействующей силы формирует целевую ориентацию хозяйствующего субъекта. Каждый из этих циклов имеет свою собственную логику, а так же испытывает постоянное воздействие как извне, так и изнутри организации.



Рис. 1. Модель инновационного процесса фирмы

Может создаться впечатление, что данная модель противоречит классическому рассмотрению инновации как источника развития организации. Но если задуматься, то именно так оно и есть. Инновация – всего лишь способ достижения определенных целей, она не может быть самоценной, а развитие организации есть следствие внешних воздействий, чьих-то амбиций и потребностей.

К тому же предприятие в силу различных причин достаточно долго может пребывать в сильном неравновесном состоянии: высокий уровень заработной платы часто способствует разрушению традиционных этических норм; за счет монопольного положения на рынке компания может иметь достаточно высокий уровень прибыли, не осуществляя технологических инноваций. При принятии решений можно не учитывать мнение определенных групп, например удерживать заработную плату на минимальном уровне; однако все эти диспропорции в конечном итоге, рано или поздно, становятся препятствием на пути развития организации.

На основе использования данной модели и понимания роли инновации в современной организации можно попытаться разработать систему управления организацией, представляющую собой синтез двух наиболее популярных подходов к организации управления компанией: бюджетирования и системы сбалансированных показателей. Интеграция циклов системы сбалансированных показателей и бюджетирования представлена на рисунке 2.

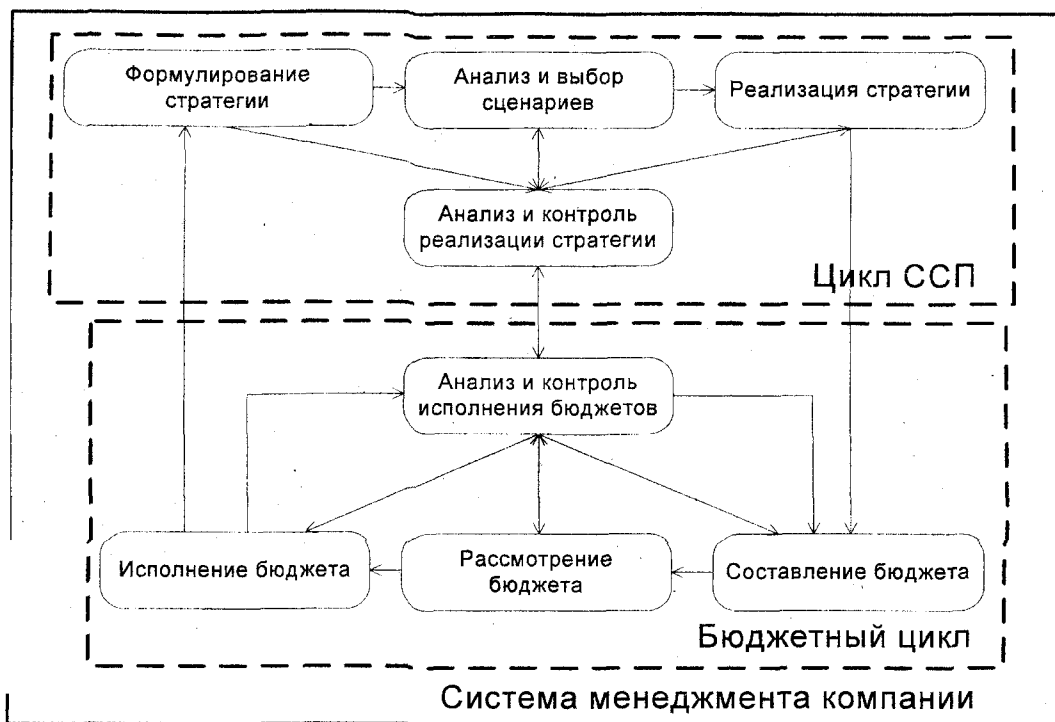


Рис. 2. Интеграция циклов системы сбалансированных показателей и бюджетирования

Данная система должна функционировать основываясь на следующих принципах:

1) Для обеспечения принятия локальных решений руководителям следует обеспечить управленческую структуру, основанную в большей степени на четких принципах разграничения, объединении людей общими целями и ценностями, принятием стиля руководства «наставничество и поддержка»;

2) Для стимулирования инноваций и способности к гибкому реагированию руководителям следует наделить операционные команды полномочиями для принятия решений на местах, вовлекая каждого работника в реализацию стратегии. Такие решения должны согласовываться с принципами управления и целями организации и включать критическую оценку планов и возможных рисков;

3) Необходимо оценивать и выплачивать вознаграждение менеджерам на основе набора критериев, включая, их эффективность по сравнению с прошлым годом, эффективность по сравнению с конкурентами. Здесь ключевыми могут являться такие относительные показатели эффективности, как рост по сравнению с предыдущим годом, рост по сравнению с конкурентами, прибыль по сравнению с предыдущим годом, прибыль по сравнению с конкурентами, факторы качества по сравнению с предыдущим годом;

4) Следует обеспечить доступ к ресурсам по мере необходимости. Доступ к операционным ресурсам может быть предоставлен посредством множества разных механизмов, включая следующие:

- предоставление ключевых параметров, в рамках которых следует работать (финансовые показатели, например, соотношение прибыли и затрат),
- внутренний рынок для операционных ресурсов (подразделения, работающие с клиентами на рынке являются клиентами находящихся выше них по цепочке добавленной стоимости подразделений, а также поставщиками централизованных услуг в компании, и поставщиками по отношению к клиентам),
- быстрое согласование крупных проектов (по мере необходимости, с применением процедур рассмотрения и утверждения инвестиционных расходов),
- делегирование полномочий по крупным проектам (в рамках уровней согласования);

5) Для получения адекватных реакций сотрудников, обеспечения своевременных действий необходима поддержка информационных систем с открытым доступом, способствующим также распространению соответствующего этическим нормам поведения;

6) Предоставление системы многостороннего контроля, подразумевающего эффективное руководство из центра, а также поддержку принятия решений на местах. Такая система управленческого контроля может использовать некоторые, или все из перечисленных компонент: эффективное руководство, оперативные фактические финансовые данные, анализ трендов, скользящие прогнозы, ключевые показатели эффективности, рейтинги эффективности, управление по отклонениям;

7) Чтобы повысить приспособляемость и снизить затраты, руководству вместо установления контроля из центра следует возложить ответственность за решения на команды непосредственных исполнителей. Выполнению этого принципа будет способствовать создание небольших, ориентированных на клиента команд, подбор персонала по принципу способности работы в команде.

Таким образом, теоретически, появляется возможность проследить как система институциональных запретов и предпочтений через систему показателей проявляется в повседневной жизни фирмы, в практике управления финансовыми потоками. Общеизвестно, что не бывает как абсолютно одинаковых людей, так и абсолютно одинаковых фирм. Личность руководителя, а на крупных предприятиях некая равнодействующая в виде корпоративной культуры, деформирует определенным образом сложившиеся управленческие схемы (будь то система сбалансированных показателей или бюджетирование). Если идеология, заложенная в модели управления, совпадает с представлениями и установками руководителя (сложившейся корпоративной культурой), то внедрение данной модели будет способствовать процветанию фирмы, если нет – принесет больше вреда, чем пользы. Иначе говоря, раздумывая над внедрением системы бюджетирования (или сбалансированных показателей) на предприятии руководитель, прежде всего, должен озадачиться вопросами мировоззренческого плана (теми, что, на первый взгляд, с новой системой управления никак не связаны). Например, насколько он доверяет своим коллегам, и не превратится ли предоставление некоторой бюджетной самостоятельности в бесконечные проверки правильности использования этой самой самостоятельности.

Блок М.А.

ВЛИЯНИЕ НОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАНАЛОВ НА РАЗВИТИЕ РЕКЛАМНОГО РЫНКА РОССИИ

Орловский государственный институт экономики и торговли

Развитие рыночной экономики России за последние десятилетия и повышение уровня конкуренции в ней привели к широкому использованию рекламы в деятельности ее субъектов. К настоящему моменту рекламная деятельность в России представляет собой динамично развивающуюся отрасль экономики с ежегодным оборотом в сотни миллиардов рублей, многочисленными специализированными компаниями, системой подготовки специалистов и сложившимися структурами саморегулирования.

Рекламная отрасль в силу своей информационной специфики является чрезвычайно мобильной сферой экономики. Постоянное развитие, отслеживание и учет новейших тенденций в рекламном бизнесе являются необходимыми условиями не только повышения, но и сохранения конкурентного статуса его субъектов: рекламодателей, рекламных агентств и рекламораспространителей. На наш взгляд, одной из наиболее важных и глубоких по своим последствиям тенденций является появление новых средств рекламы.

Понятие рекламы в сознании обывателей тесно связано с так называемыми традиционными средствами ее распространения: телевидением, радио, печатью и наружной рекламой. Сложившееся положение, на первый взгляд, подтверждают и приведенные в таблице 1 результаты исследования ведущей профессиональной организации участников рынка рекламы и маркетинговых коммуникаций Ассоциации Коммуникационных агентств России (АКАР).

Таблица 1
Объемы рекламных бюджетов по медиасегментам, млрд. руб.

Медиасегменты	2001	2005	2006	2007*	2008**	2009**	2010**
Телевидение	14,9	65,9	85,9	110	140	170	200
Радио	2,9	8,5	9,5	11,8	14,2	16,5	18,5
Пресса	17,9	39,3	44,6	54	63	73	81
Наружная реклама	8,0	25,7	32,1	37,4	42,5	47,5	5
Интернет (без учета контекстной рекламы)	0,1	1,7	2,7	4,1	6	8,6	12,2
Прочие	0,1	1,1	1,6	2,2	3,5	5,5	7
Итого	44	142	176	220		321	370

* прогнозное значения с учетом фактических данных за январь-сентябрь; **прогнозные значения

В 2007 г. в общем объеме рекламных бюджетов традиционные средств массовой коммуникации (СМК) составил 213,2 млрд. руб. или 97 % рекламного рынка России. Несмотря на подобное распределение предпочтений рекламодателей, на важность новых средств распространения рекламы указывают темпы их роста за последние годы. Если рост рекламного рынка в 2007 г. по сравнению с 2006 г. составил 24,4 %, то увеличение сегмента интернет-рекламы и прочих средств рекламы составило 52 % и 38 % соответственно. Заметим также, что развитие новых средств рекламы происходит преимущественно за счет роста объемов их применения, а не повышения цен на услуги, что является характерным для традиционных СМК.

Как следует из таблицы 1, методика, используемая специалистами АКАР, не учитывает при расчете объемов рекламного рынка контекстную интернет-рекламу. В то же время согласно исследованию рынка интернет-рекламы в России, проведенному агентством Discovery Research Group, доля контекстной рекламы составила в 2007 г. около 50 % его объема, что существенно усиливает значение Интернета как СМК [2]. По прогнозам этого агентства в ближайшие годы доля Интернета среди рекламных медиасегментов обгонит радио и приблизится к рекламе в газетах. В качестве основных источников такого роста интернет-рекламы исследователи отмечают увеличение рекламных расходов организаций малого и среднего бизнеса как в федеральном центре, так и в регионах России.

Одной из причин, способствующих повышению привлекательности новых СМК для рекламодателей, является изменение нормативно-правового регулирования рекламной деятельности в России. Новый Федеральный Закон № 38-ФЗ «О рекламе», принятый 13 марта 2006 г. и вступивший в силу с 1 июля, открыл новые перспективы и возможности для Интернета как носителя рекламы.

Резкое ужесточение правил размещения рекламы в традиционных СМИ, устанавливаемое законом, привело к существенному росту цен на рекламные время и место. Естественно, это способствовало к переходу рекламодателей с низким и средним уровнями рекламного бюджета на рекламный рынок более дешевых медиасредств для продвижения своих товаров и услуг.

В отличие от ранее действующего закона «О рекламе» в его новой редакции предусмотрена отдельная часть, посвященная передаче рекламы через сети электросвязи. В соответствии с частью 1 статьи 18 нового закона распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством сети Интернет, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. Обязанность доказать факт получения согласия возлагается на рекламодателя, а требование получателя рекламы прекратить ее рассылку должно быть им немедленно выполнено.

Однако, положения рассматриваемой статьи не применяются в случае обращения пользователей к сайтам, на которых их владельцами размещена реклама. Таким образом, регулирование интер-

нет-рекламы в новом законе «О рекламе» направлено исключительно на запрещение спамовых рассылок, а применение баннеров и других способов рекламирования в Интернет осталось за пределами рассмотрения законодателями.

Помимо отмеченных новаций в законодательстве РФ существует ряд факторов, влияющих на структуру рекламного рынка в мировом масштабе. В этой связи весьма показательными являются результаты исследования перспектив рекламной деятельности до 2010 г., проведенного IBM Institute for Business Value и затронувшего 2400 респондентов и 80 экспертов из Австралии, Германии, Великобритании, США и Японии [3].

Согласно данным IBM, потребители становятся все более склонными получать информацию из Интернета, при этом значение традиционных СМК в коммуникационном обмене продолжает заметно снижаться. Так, 71 % респондентов проводит ежедневно в сети Интернет более двух часов. Доля опрошенных, уделивших такое же внимание телевизору, составила всего 19 %.

Рассчитанное экспертами IBM соотношение совокупного среднегодового темпа роста объема рекламного рынка медиасегмента к среднегодовому темпу роста инвестиций в него в период с 2006 по 2010 г. для новых рекламных форматов составило около 22,4 %. При этом значение данного показателя для традиционных СМК составило только 4,4 %.

Новые рекламные СМК не ограничиваются только использованием Интернета. Наряду с ним среди наиболее перспективных средств рекламы выделяют рекламу в компьютерных играх.

Масштабы и темпы развития компьютерной игровой индустрии за последние десятилетия обусловили ее рассмотрение современными рекламодателями в качестве перспективной рекламной площадки. Ключевым событием стал прошедший в 2005 г. в Нью-Йорке бизнес-форум, посвященный игровому рекламированию, на котором ведущие рекламные агентства и издатели пытались выработать единые правила этого рынка.

В настоящее время компании, использующие product placement в компьютерных играх, пока еще немногочисленны, однако уже в ближайшие годы их количество может значительно возрасти. К таким брендам относятся Coca-Cola, Pringles, Jeep, LG, Intel, McDonald's. Размещение рекламы в играх может включать не только product placement, но и стимулирование продаж в реальном времени.

В качестве примера приведем соглашение между Sony и Pizza Hut, позволившее пользователям ролевой on-line игры EverQuest II заказывать пиццу прямо в процессе игры, просто набрав команду pizza. Отечественным примером рекламы в компьютерных играх является размещение рекламы Альфа-банка в игре «Ночной дозор», сотового оператора «Корбина» в «Дневном дозоре», а также шоколадных батончиков «Шок XXL» в игре «Lara Croft. Tomb Rider. Ангел тьмы».

Поскольку размещение рекламы в компьютерных играх находится пока на стадии становления, требует привлечения значительных временных и материальных ресурсов, данный сегмент рекламного рынка характеризуется высокой степенью монополизации. Ведущим мировым игроком здесь выступает образованная в 2004 г. компания Massive Inc., которой к настоящему времени было проведено более 200 рекламных кампаний [4]. В России ведущую позицию на рынке размещения рекламы в компьютерных играх занимает специализированное рекламное агентство «Enter Media».

Необходимым этапом выбора средства распространения рекламы является изучение его аудитории и определение ее соответствия целевой аудитории кампании. Это положение является верным и в отношении рекламы в компьютерных играх. В 2005 г. Комкон Медиа по заказу агентства «Enter Media» подготовило отчет «Портрет пользователя компьютерных игр» по данным Российского Индекса Целевых Групп R-TGI [5].

Это исследование показало, что в России персональными компьютерами пользуются более 16,5 млн. человек в возрасте 10 лет и старше. Причем более 20 часов в неделю за компьютером проводит более 25 % пользователей.

По результатам исследования 51 % опрошенных в качестве основной цели работы на компьютере указали компьютерные игры. Возрастной анализ аудитории показывает, что большую ее часть

(52 %) составляют игроки в возрасте от 20 до 44 лет. Молодежь от 10 до 19 лет составляет вторую значительную долю аудитории – 35 %. Тендерное распределение игроков сложилось следующим образом: 56 % - мужчины и 44 % - женщины. Около 44 % игроков имели высшее образование.

В процессе проведенного исследования на основе информации о суммарных затратах и доходах игроков рассчитывался также интегральный показатель «Потребительская активность». Было установлено, что максимальным статусом «Высокая потребительская активность обладает 39 % игроков, а 23 % получили статус «Потребительская активность выше среднего». По показателю имущественного статуса 46 % игроков имеют средний достаток, а 40 % относятся к категории состоятельных.

На основании этих данных можно сделать вывод о формировании в России активной многомиллионной аудитории потребителей компьютерных игр, медиапространство которых еще не заполнено рекламными обращениями.

Полученные в ходе исследования результаты опровергают существующий в настоящее время стереотип о том, что в жизни взрослого и самостоятельного человека нет места компьютерным играм. Опровергается также и стереотип о преимущественно мужской приверженности к компьютерным играм. Одним из наиболее важных выводов для рекламодателей стали сведения о достаточно высоких материальном положении и потребительской активности игроков.

Другим важным событием в развитии рекламы в компьютерных играх стало исследование ее коммуникативной эффективности и отношения к ней игроков. Согласно докладу, совместно подготовленному в 2007 г. компаниями Massive Inc. и Nielsen Entertainment, размещенная в компьютерных играх реклама повышает узнаваемость бренда на 64 %, запоминаемость потребителем рекламы и его намерение приобрести товар - на 41 % [6]. Наряду с повышением рейтинга самой рекламы на 69 %, это свидетельствует о высокой коммуникативной эффективности рекламы в компьютерных играх в развитых странах мира.

Для оценки влияния размещения рекламы в отечественных компьютерных играх по заказу агентства Enter Media осенью 2007 г. было проведено исследование по оценке эффективности рекламной кампании «Корбины Телеком» в игре «Дневной Дозор» [7].

Исследование показало, что реклама в компьютерных играх не вызывает у целевой аудитории негативных эмоций и даже является необходимым условием достоверности восприятия событий для игр с сюжетом о современном мире. Так 67 % опрошенных отметили повышение интереса к игре при размещении в ней реально существующих товаров и услуг. При этом более трети респондентов отнесли их упоминание в игре к обеспечению ее реалистичности, а не к специально размещенной рекламе.

Другой положительной особенностью восприятия игровой рекламы пользователями является их представление о размещении рекламы в игре как вложении средств в ее разработку, что позволяет повысить ее качественные характеристики. Негативное отношение к рекламе в играх выразили менее 10 % игроков.

По итогам исследования следует выделить три основных требования к рекламе в компьютерных играх:

1. Реклама должна быть реалистичной и уместной. При ее размещении следует учитывать концепцию и сюжет игры: в спортивной футбольной компьютерной игре является уместной реклама компании Adidas, а реклама автомобилей будет уместна в гоночных симуляторах.

2. Размещение рекламы не должно препятствовать игровому процессу и восприятию игры. Так реклама, выполненная в виде щитов на зданиях, машин, вещей в инвентаре героя будет эффективной только при необходимости их использования по сюжету. При этом активные действия с такими предметами в процессе игры будут усиливать желание использовать их и в реальной жизни.

3. Реклама в игре должна быть разнообразной, независимо от числа рекламируемых брендов. Даже при рекламе в игре всего одного бренда респонденты указывают на необходимость разнообразия рекламных обращений.

На восприятие пользователями рекламы существенно влияет сюжет игры. Фэнтезийный сюжет

будет придавать компании некоторую загадочность, а футуристические игры придадут бренду ощущение стабильности, современности и инновационности.

Вместе с тем существует ряд факторов, ограничивающих применение новых средств рекламы. Для Интернета одним из них является ограниченность его аудитории, которая приводит к нецелесообразности активного продвижения в сети товаров и услуг массового спроса, особенно - продовольственного назначения. Следует также отметить относительно низкий уровень доверия населения к интернет-рекламе.

Реклама в компьютерных играх также обладает рядом минусов. Жизненный цикл игры составляет несколько лет, на протяжении которых фирменный стиль рекламодателя может существенно измениться. Другим фактором, препятствующим развитию рекламы в играх, является пока еще недостаточно высокий уровень их графического исполнения, однако бурное развитие технических и программных средств для персональных компьютеров позволит снять эту проблему уже в ближайшие годы.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что новые средства рекламы имеют значительный, но еще не достаточно востребованный потенциал. Тем не менее, складывающиеся в традиционных СМИ ограничения рекламной деятельности (в том числе и законодательного характера) и развитие информационной инфраструктуры в России позволят им стать в ближайшем будущем востребованными и конкурентоспособными медиаканалами. В свою очередь, это неизбежно приведет к значительному переделу рекламного рынка, при котором выигрывают наиболее инновационные субъекты рекламной деятельности.

1. Ассоциация коммуникационных агентств России [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.akarussia.ru.
2. РосБизнесКонсалтинг. Исследования рынков [Электронный ресурс] // Режим доступа: marketing.rbc.ru.
3. IBM. United States [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.ibm.com.
4. МедиаРеволюция [Электронный ресурс] // Режим доступа: mediarevolution.ru.
5. Исследовательская компания Комкон [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.comcon-2.ru.
6. Рекламное агентство Massive Inc. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.massiveincorporated.com>.
7. Рекламное агентство Enter Media [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.entermedia.ru.

Кирсанова Л.Н.

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ

Орловский государственный институт экономики и торговли

В настоящей статье рассматриваются тенденции и среднесрочные перспективы развития рынка потребительских товаров длительного пользования (ПТДП) в стране в целом и в некоторых ее регионах. Для решения данной задачи необходимо прогнозировать развитие спроса и предложения, конкуренции и в целом рыночного механизма на данном специфическом рынке.

Учитывая современное состояние российской экономики и последние решения Правительства и Государственной думы РФ по дальнейшему развитию экономики страны и повышению жизненного уровня населения, можно выделить следующие тенденции и среднесрочные перспективы развития рынка потребительских товаров длительного пользования.

Однозначно, следует прогнозировать повышение совокупного спроса в стране в среднесрочной перспективе, прежде всего, в результате намеченной Правительством Программы социального развития страны на период до 2010 г. и реализации приоритетных национальных проектов «Образование», «Здравоохранение», «Доступное и комфортное жилье - гражданам России», «Развитие АПК».

Совокупный спрос на рынке потребительских товаров длительного пользования в ближайшие

годы будет возрастать в результате намеченного повышения доходов населения. В условиях экономического роста будет происходить неуклонное повышение доходов населения в зависимости от вклада работников в конечные результаты деятельности организаций отраслей материального производства. Одновременно намечено существенно повысить доходы работников непродовольственной сферы образования, здравоохранения, культуры, науки.

Важной мерой по повышению доходов населения страны является и значительное повышение минимальной заработной платы - с 1100 рублей в месяц до мая 2007 г. до 1400 рублей - с мая и до 2300 рублей в месяц с сентября 2007 г. Намеченное повышение зарплаты существенно и благотворно скажется на благосостоянии, прежде всего, низкооплачиваемых бедных слоев населения и заметно повысит их покупательскую способность. Во многих малообеспеченных семьях чаще всего не хватает холодильников, телевизоров, стиральных машин, пылесосов, велосипедов и других предметов длительного пользования. Поэтому при существенном увеличении доходов малообеспеченных семей именно они предъявляют дополнительный спрос на потребительские товары длительного пользования.

При повышении же доходов среднеоплачиваемых слоев населения семьи быстрее заменяют имеющиеся у них холодильники, телевизоры, стиральные машины и другую бытовую технику на более совершенные и дорогие их марки.

Зажиточные же слои населения быстрее других семей заменяют свою бытовую технику и имеющиеся у них транспортные средства на более совершенные и дорогие образцы, их покупательский спрос растет быстро.

Хуже перспективы роста доходов и повышения покупательского спроса на потребительские товары длительного пользования у сельского населения. Доходы большинства сельских жителей практически во всех регионах очень низкие. Зарплата работников многих коллективных сельскохозяйственных предприятий невелика. Незначительны и различные социальные выплаты, в том числе пенсии. У большинства сельских семей основным источником доходов является личное подсобное хозяйство. К сожалению, такое неблагоприятное положение с жизненным уровнем у сельских жителей будет сохраняться еще длительное время. Поэтому нельзя рассчитывать на значительное повышение уровня жизни сельского населения и его покупательского спроса в ближайшие годы.

Специфична и структура покупаемых сельскими жителями товаров длительного пользования. Не все сельские семьи приобретают холодильники, так как многие из них пользуются погребами. В сельской местности многие жители имеют индивидуальные средства передвижения велосипеды, мотоциклы и мотороллеры. Зажиточные семьи и многие фермеры имеют легковые автомобили. Почти в каждой крестьянской семье имеются телевизоры, магнитофоны, радиоприемники, стиральные машины.

В целом трудно ожидать значительного увеличения в ближайшие годы покупательского спроса сельских жителей на потребительские товары длительного пользования. Поэтому расширение рынка этих потребительских товаров будет происходить, в основном, за счет роста спроса на указанные товары со стороны городского населения.

Большинство объемов потребительских товаров длительного пользования (холодильники, стиральные машины, телевизоры) производят специализированные предприятия легкой промышленности. Индивидуальные транспортные средства (легковые автомобили, мотоциклы, мотороллеры, велосипеды) выпускают в основном предприятия автомобильной промышленности. Незначительный объем этих товаров производят и некоторые предприятия машиностроения. Все производители потребительских товаров длительного пользования все больше учитывают рыночную конъюнктуру, ориентируются на рынок, на удовлетворение растущих потребностей покупателей.

Крупные предприятия производители потребительских товаров длительного пользования имеют отделы маркетинга и мощные сбытовые службы. Поэтому эти предприятия располагают большими возможностями активного внедрения на рынок и успешно функционируют там, расширяют и укрепляют свой рыночный сегмент. Некоторые же предприятия продают потребительские товары длительного пользования через торговых посредников, что вызывает существенное удорожание этих товаров.

Продажа потребительских товаров длительного пользования чаще всего осуществляется в городах и поселках в универсамах. Во многих областных центрах и городах имеются специализированные магазины холодильников, телевизоров, мотоциклов, велосипедов и других бытовых приборов и транспортных средств.

В настоящее время практически во всех регионах распространена как оптовая, так и розничная торговля потребительскими товарами длительного пользования. Обе формы этой торговли будут развиваться и в ближайшие годы.

По мере экономического роста, укрепления экономики, снижения инфляции и насыщения рынка потребительских товаров длительного пользования все более широкое распространение получит продажа этих товаров в кредит. Использование кредита расширяет доступ к приобретению потребительских товаров длительного пользования малообеспеченными слоями населения. Развитие потребительского кредита расширяет и укрепляет рынок этих товаров.

Для производства и реализации потребительских товаров важное значение имеет проводимая налоговая политика. Она призвана увеличить объем налоговых поступлений в доходную часть бюджетов всех уровней и обеспечить товаропроизводителям посильную налоговую нагрузку.

К сожалению, в российской экономике в годы рыночных преобразований налоговая нагрузка на товаропроизводителей оказалась чрезмерно высока. Через федеральные, региональные и местные налоги предприятия многих отраслей материального производства передают в бюджеты всех уровней 70-90 % получаемой прибыли. Наиболее тяжелыми для предприятий являются налог на добавленную стоимость (ставка НДС в 2007 г. – 18 %) и налог на прибыль (ставка налога – 15 %).

Для повышения эффективности функционирования рынка потребительских товаров длительного пользования во многих регионах необходимо также устранить ряд причин и факторов, ограничивающих деловую активность организаций торговли.

Опрошенные крупные и средние торговые организации Орловской области в числе наиболее негативных факторов назвали:

- 1) недостаток собственных финансовых средств (в 2000 г. 76 % от числа опрошенных организаций, в 2005 г. – 57 %);
- 2) высокий уровень налогов (в 2000 г. – 79 %, в 2005 г. – 30 %);
- 3) недостаточный платежеспособный спрос (в 2000 г. – 69 %, в 2005 г. – 43 %);
- 4) высокий процент коммерческого кредита (в 2000 г. – 17 %, в 2005 г. – 37 %) [1].

На первое место следует поставить меры по повышению платежеспособного спроса покупателей, ибо от этого фактора в решающей степени зависит также платежеспособность организаций торговли, наличие у них собственных финансовых средств.

Для развития рынка потребительских товаров длительного пользования важное значение имеет послепродажное обслуживание покупателей этих товаров. Здесь речь идет о доставке транспортными средствами магазинов купленных населением товаров (холодильников, телевизоров, стиральных машин и др.) на дом, об их установке, наладке, регулировании и о текущем гарантийном ремонте. Качественное, своевременное и бесплатное послепродажное обслуживание покупателей способствует повышению покупательского спроса населения на товары длительного пользования и расширяет рынок этих товаров.

Любой рынок не может нормально функционировать без соответствующей рыночной инфраструктуры, являющейся составной частью рыночного механизма.

Для успешного развития рынка потребительских товаров большое значение имеет обеспечение их высокого качества. Покупатели все большее внимание уделяют потребительским свойствам, полезности, качеству покупаемых товаров.

Для повышения качества потребительских товаров длительного пользования их производителям (предприятиям различных форм собственности) следует ужесточить требования к качеству исходных конструкционных материалов, неуклонно соблюдать требования отраслевых стандартов ка-

чества, строго выдерживать технологическую дисциплину, стимулировать работников за обеспечение высокого качества.

Таким образом, для укрепления и расширения рынка потребительских товаров длительного пользования следует реализовать ряд мер по увеличению спроса и предложения этих товаров, по расширению их ассортимента и повышению качества.

Ключевым элементом рыночного механизма являются цены на все товары. Поэтому необходимо обеспечивать научно-обоснованное ценообразование на продаваемые потребительские товары длительного пользования.

1. Орловская область. 1998-2005 годы. Статистический ежегодник. Орел: Облкомстат, 2006. С. 259.
2. Российский статистический ежегодник: Стат. сб./ Росстат. М., 2005. 819 с.

Федотов В.Н., Поповичева Н.Е. К ВОПРОСУ О МОДЕЛИРОВАНИИ ЖИЗНЕННЫХ ЦИКЛОВ ТЕХНОЛОГИИ

Орловская региональная академия государственной службы

Прогнозная оценка технологий в принципе охватывает весь комплекс разработки научно-технической политики. Это и решение о конкурентоспособности, функционирующей технологической системы в будущем, и рекомендации о применении новых технологий, предвидение социальных, экономических и экологических последствий использования избранных технологий в будущем и др. Однако решение такого спектра задач обоснования научно-технической политики требует, прежде всего, решения методологических вопросов долгосрочного прогнозирования. Важнейшим среди них является вопрос моделирования жизненных циклов технологий.

Характерной особенностью научно-технического прогресса является относительно короткий жизненный цикл используемых технологий. Из-за этого показатель эффективности использования технологической схемы как комплекса физического, интеллектуального и организационного компонентов должен подкрепляться показателем продолжительности эффективного использования с учетом всех ее структурных элементов, данными об исследуемом состоянии жизненного цикла. От такой информации существенно зависят своевременные структурные изменения в народнохозяйственном комплексе.

Технологическая обусловленность предусматривает синхронность развития взаимосвязанных производств, воссоздание которых в значительной степени определяет колебания экономической конъюнктуры. Исследование таких комплексов опирается на понятие технологического уклада. Производства, входящие в один технологический уклад, объединены примерно одинаковым техническим уровнем, требованиями к качеству сырья, материалов и конечной продукции, к квалификации рабочей силы. Элементы технологического уклада характеризуются во многом общностью основных инженерных решений, принципов организации производства. Их решение сопровождается ростом потребления и производства соответствующих конструкционных материалов, энергоносителей, развитием транспортной и информационной структур, опирается на использование трудовых ресурсов соответствующей квалификации.

Жизненный цикл каждого технологического уклада составляет соответствующий этап технико-экономического развития. Становление и смена технологических укладов проявляются в форме длинных волн конъюнктуры. Традиционные и наиболее выдающиеся эмпирические исследования данных волн связаны с изучением долгосрочных колебаний уровня цен и показателей макроэкономи-

ческой динамики. Однако в последние годы получены сведения о наличии долговременных колебаний в различных сферах социальной активности - в политической сфере и военной деятельности, в динамике потребления энергоносителей, в области ЭВМ, структурных сдвигах в экономике, инновационной активности и других областях.

Научно-технический прогресс существенно зависит от использования научных разработок и потенциальных возможностей использованных технологий. Эволюция технологических процессов имеет ту особенность, что развитие рано или поздно замедляется и наступает спад. Следовательно, для использования потенциальных возможностей функционирующих, технологических систем важно установить этап их жизненного цикла. По этому показателю можно судить о перспективности данной технологической системы, так как он учитывает не только физическое состояние элементов системы, но и возможности усовершенствования других ее компонентов. В зависимости от современного состояния, предыдущей истории развития и природы анализируемой технологической системы можно принять научно-обоснованные решения о дальнейшем использовании в производстве.

Сложность развития технологии на протяжении всего жизненного цикла предполагает невозможность экстраполяции тенденции повышения эффективности. Кроме того, это объясняется действием как внешних, так и внутренних факторов развития, связанных с увеличением затрат на ее функционирование, значит, и на рост стоимости продукции. Проведенные исследования закономерности глобального роста и неизбежного снижения кривой продуктивного использования технологической системы позволили предложить формулу для обоснования эмпирических выводов экспертов.

Обобщение опыта использования технологических систем показало, что оценочным показателем перспективности является интегральная оценка времени их эффективного использования в перспективе. Поскольку критерием оптимального функционирования системы является стремление максимизировать результаты производства за счет повышения продуктивного ее использования ($T_{пр}$), то эффективность системы в рамках рентабельного функционирования достигается изысканием возможностей, замкнутых в малопродуктивном использовании и в сокращении времени ее удержания в эксплуатации ($T_э$). Каждый промежуток времени функционирования системы (T_a), который репрезентативно отражает ее техническое состояние, можно представить в виде суммы затрат времени на продуктивное использование, на содержание и эксплуатацию, на организацию продуктивного использования.

Учитывая существование предельного значения нормативного времени продуктивного использования данной технологической системы (M), которое не превышает T_a , и то, что $T_э$ имеет тенденцию только увеличиваться, с момента t^* дальнейшее изменение кривой продуктивного использования системы будет окончательно подчинено тенденции, учитывающей достигнутый уровень затрат времени на обеспечение функционирования техники с предельным значением N :

$$T_{пр} = \begin{cases} M(1 - e^{-\beta t}) \\ M - N(1 - e^{-\gamma t}) \end{cases}$$

$$\text{для } t < t^* (T_{пр} < M - T_э)$$

$$\text{для } t \geq t^* (T_{пр} = M - T_э)$$

Следовательно, в период приближения $T_{пр}$ к величине $(M - T_э)$ система быстрее или медленнее (в зависимости от эффективности организационных мер повышения $T_{пр}$ и сдерживания роста $T_э$, а также ход влияния ограничений $T_{пр}$ и $T_э$) начинает замедлять темпы роста, а с момента, когда $T_{пр}$ достигает этого значения темп вообще начинает замедляться.

На функционирование системы все больше влияет сдерживающие факторы. Учитывая, что $T_э$ имеет тенденцию только увеличиваться дальнейшие изменения кривой продуктивного использования системы с момента t^* будет окончательно подчиняться тенденции согласования с объективно необходимыми затратами. С этого момента система начинает развиваться в новых условиях, подчиняясь

объективному и неизбежному условию. Управление его с этого времени должно перестраиваться с учетом новых условий функционирования и радикально изменять традиционные методы. Динамика показателя продуктивного использования технологической системы иллюстрирует по существу кризисную жизненный цикл развития этой системы.

Фактор морального старения продукции и падения спроса на нее оказывается одним из основных внешних факторов, определяющих перспективу функционирования системы в целом. Точно также существенно влияют и другие экономические и социальные факторы. Они, как правило, со временем ухудшают показатели работы системы. Таким образом, необходим поиск новых возможностей системы. Система начинает эффективно функционировать только за счет улучшения показателей Тпр и Тэ. На изменение эффективности исследуемой системы существенно влияют три обобщенных фактора: соответствие требующемуся уровню эффективности производства, требованиям к продукции и условиям эксплуатации.

На условия эксплуатации системы существенно влияет фактор увеличения стоимости, как самого труда, так и средств и предметов труда. Поэтому эффективность технологий с точки зрения решения проблемы в целом будет определяться как объемом продукции, так и затратами производства. С этих позиций анализ технологических систем на основе жизненных циклов их развития позволяет определить такую ситуацию, когда в данный момент экономически еще эффективная технология может быть призвана бесперспективной, так как выявленная тенденция снижения эффективности оказывается неизбежной.

Таким образом, на выбор материально-технической основы кардинальных изменений в производстве, на прорыв на авангардных направлениях научно-технического процесса существенное влияние оказывает стратегический фактор ускорения - фактор перспективности (этапы жизненного цикла) используемой технологии. Отсутствие реагирования технологической системы на требования прогрессивных изменений в производстве - свидетельство отсутствия в ней потенциальных технологических возможностей, резервов структурных компонентов, способных вывести систему из состояния стагнации или кризиса неуклонного движения ее к неэффективному использованию.

Подчеркнем, что в реальной производственной деятельности практически невозможно рассмотреть функционирование технологий на всем жизненном цикле ее развития. Значит, задача сводится к познанию объективного процесса развития и принятия управленческих решений на основе определенности мнения экспертов. Эти решения могут заключаться в своевременном выявлении новых технологий и обосновании вывода из производства устаревших, бесперспективных или вредных технологий. На основе представлений высококвалифицированных специалистов можно сделать выводы о перспективах применения технологий и конкурентоспособности производимой с их помощью продукции. В обеспечении конкурентоспособности продукции и самого предприятия важную, если не решающую роль, играет фактор использования современных технологий, разработанных на основе последних достижений научно-технической мысли. Заметим, что одной из основных причин глобального кризиса российской экономики является отсутствие на всех уровнях управления систем менеджмента, ориентированных на повышение качества, ресурсосбережение, конкурентоспособность, то есть на использование современных технологий.

Платонов А.Н.

ОБОСНОВАНИЕ КРИТЕРИЕВ ОТНЕСЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ К КАТЕГОРИИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ С ЦЕЛЮ ПОВЫШЕНИЯ ИХ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ

Орловский государственный технический университет

Дихотомия «размер – мобильность» в экономических системах общеизвестна. Малые предприятия более мотивированы к осуществлению инновационной деятельности, однако не располагают необходимым количеством ресурсов, в то время как на крупных предприятиях многие инициативы гибнут в результате несогласованности между различными уровнями управления.

Вступление в действие нового закона о развитии малого и среднего предпринимательства [2] вносит существенные коррективы в порядок формирования систем государственной поддержки малого бизнеса. Если предыдущий закон [1] представлял собой скорее декларацию о намерениях, то новый содержит ряд конкретных моментов которые могли бы стать действенным инструментом в развитии малого бизнеса в России и задания ему вектора инновационного развития. Прежде всего это касается собственно определения категории субъекта малого предпринимательства.

К субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства, соответствующие следующим условиям:

1) для юридических лиц - суммарная доля участия Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, иностранных юридических лиц, иностранных граждан, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном (складочном) капитале (паевом фонде) указанных юридических лиц не должна превышать двадцать пять процентов (за исключением активов акционерных инвестиционных фондов и закрытых паевых инвестиционных фондов), доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства, не должна превышать двадцать пять процентов;

2) средняя численность работников за предшествующий календарный год не должна превышать следующие предельные значения средней численности работников для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства:

а) от ста одного до двухсот пятидесяти человек включительно для средних предприятий;

б) до ста человек включительно для малых предприятий; среди малых предприятий выделяются микропредприятия - до пятнадцати человек;

3) выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета налога на добавленную стоимость или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов) за предшествующий календарный год не должна превышать предельные значения, установленные Правительством Российской Федерации для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства.

Предусмотренные предельные значения выручки от реализации товаров (работ, услуг) и балансовой стоимости активов устанавливаются Правительством Российской Федерации один раз в пять лет с учетом данных сплошных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства. Категория субъекта малого или среднего предпринимательства определяется в соответствии с наибольшим по значению условием Категория субъекта малого или среднего предпринимательства изменяется только в случае, если предельные значения выше или ниже

предельных значений в течение двух календарных лет, следующих один за другим. Примечательно, что положение, касающееся ограничения объемов товарооборота, вступает в действие лишь с 1 января 2010 г., так как для установления подобных нормативов на текущий момент просто отсутствует необходимая статистическая база. Не случайно отдельной статьей закона предусмотрено, что федеральные статистические наблюдения за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации осуществляются путем проведения сплошных статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства и выборочных статистических наблюдений за деятельностью отдельных субъектов малого и среднего предпринимательства на основе представительной (репрезентативной) выборки.

Сама идея формирования критерия для идентификации малых и средних предприятий на основе статистически подтвержденных данных и их постоянная корректировка – это, несомненно, шаг вперед по сравнению относительно произвольно установленными в предыдущем законе критериями, основанными на численности работающих. Однако выявление наиболее характерного критерия для группы экономических объектов и установление нормативов, исходя из ориентации на средние его значения, не могут быть самоцелью. Важно, чтобы установленные критерии обуславливали и необходимый вектор развития хозяйствующих субъектов, например, уровень инновационности, в определенной мере связанный с размерами предприятия.

Таким образом, необходимо не только определить статистические характеристики объема товарооборота субъектов малого и среднего бизнеса, но и, прежде чем установить законодательные нормативы, попытаться установить как эти нормативы отразятся на деятельности предприятия. В частности, не приведет ли ограничение масштабов предприятия (в соответствии с ограничением размера товарооборота) к снижению возможности реализовывать инновационные проекты.

Одним из вариантов решения проблемы могло бы стать использование алгоритмов создания искусственных сообществ. Модель инновационного поведения хозяйствующего субъекта на основе искусственного общества «Жизнь» включает следующие основные алгоритмы [3, 4]:

Пространство:

- Двумерная решетка.
- В каждой клетке (x, y) указано текущее количество финансовых ресурсов (сахара) и максимальное количество, которое может быть в этой клетке.
- Распределение финансовых ресурсов (сахара) по пространству (обычно пики на северо-востоке и юго-западе)
- Количество финансовых ресурсов (сахара) в клетке восстанавливается до максимального уровня с заданным темпом (аналог потребительского поведения на различных рынках и в отношении различных товарных групп).

Правила поведения агентов:

- Для каждого агента указывается количество финансовых ресурсов (сахара), которое он должен потребить в единицу времени (метаболизм – финансовые активы).
- У каждого агента имеется запас сахара, который он может переносить с собой из клетки в клетку (переменная величина) - в данном случае не важно, получает эти средства агент за счет реализации товаров или за счет некоего способа привлечения финансовых ресурсов.
- Агент может «видеть» и соответственно перемещаться в соседние клетки (по Нейману).
- *Правила поведения агентов: Осмотреть доступные для видения клетки и выбрать пустую с наибольшим количеством финансовых ресурсов (сахара). Если таковых несколько, то выбирается ближайшая. Передвинуться в эту клетку и забрать весь находящийся в ней сахар (деньги). Таким образом, количество активов у агента складывается из того, что он имел и полученного в новой клетке за вычетом потребления в данном временном интервале.*
- Агент погибает, если ему нечего есть (банкротство). В исходном варианте модели умерший агент заменяется агентом, находящимся в случайно выбранной пустой клетке со случайно выбранными характеристиками.

С целью моделирования инновационного поведения агентов клетке задается кроме количества «сахара» еще одна характеристика - «степень инновационности», то есть уровень отличия бизнеса (продукта / услуги / технологии) от присутствующего у агента в настоящий момент. Уровень инновационности пропорционален количеству дополнительных финансовых ресурсов которые будут вычтены из его актива или приплюсованы к ним (в процентах от имеющихся в клетке) после перехода агента на данную клетку. Вариант потери/доходы выбирается каждый раз случайным образом (функция распределения вероятностей задается экспериментатором) и «неизвестен» агенту. Таким образом, эмулируется высокая степень неопределенности результатов инновационного процесса. Выбор клетки осуществляется на основе учета инновационности однако различен для разных агентов: инноватор плюсуяют прибыли и потом принимают решение о точке перемещения, а консерваторы минусуют убытки, кроме того можно задать промежуточные степени инновационности агентов (плюсуется/минусуется только часть потенциального актива. Изменяя стартовое количество сахара (размер предприятия) и интенсивность метаболизма (объем товарооборота), а так же отслеживая количество «выживших инноваторов», появляется возможность выявления взаимосвязи между размерами предприятий и степенью успешности их инновационного поведения.

Таким образом, используя алгоритмы «выращивания» искусственных сообществ мы получаем возможность формулировки критериев отнесения экономических субъектов к категории малых и средних предприятий, ориентированных на создание потенциальных условий для инновационного развития.

1. Федеральный закон от 14 июня 1995 г. № 88-ФЗ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» (с изменениями от 31 июля 1998 г., 21 марта 2002 г., 22 августа 2004 г., 2 февраля 2006 г.) // СПС «Гарант»
2. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // СПС «Гарант»
3. Макаров В.Л. Искусственные общества // Искусственные общества. № 11. Ежеквартальный Интернет-журнал «Искусственные общества». Т. 1. № 1. IV квартал 2006.
4. Epstein Joshua M. (2005) "Remarks on the Foundations of Agent-based Generative Social Science" SEI Working Paper (Santa Fe Institute).

Парушина Н.В., Губин В.Е., Губина О.В.
**МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ИНВЕСТИЦИОННОЙ
И ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ**

Орловский государственный институт экономики и торговли

Результативность и перспективность финансово-хозяйственной деятельности экономических субъектов зависит от их инвестиционной и деловой активности. Инвестиционная активность организаций исследуется с позиций анализа инвестиционной деятельности. Как показывает зарубежный и российский опыт, инвестиционная деятельность в условиях рыночных отношений актуальна и эффективна для получения дополнительной прибыли, расширения бизнеса и удовлетворения интересов и потребностей собственников.

Методологические аспекты анализа инвестиционной деятельности представлены в трудах ведущих российских специалистов-аналитиков с точки зрения комплексного анализа, в котором задействована вся возможная информационная база, включая данные бухгалтерского и оперативного учета, маркетинговую информацию, технологическую и инженерно-техническую документацию, инвестиционные проекты.

При реализации концепции анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности инвестиционный анализ, на наш взгляд, должен, прежде всего, базироваться на показателях отчетных форм. В этой связи главная цель комплексного системного анализа заключается в уточнении и определении системы индикаторов и методики оценки инвестиционной активности всех субъектов экономики на основе бухгалтерской (финансовой) отчетности. Методика анализа должна учитывать динамику, состояние и перспективы инвестиций, в том числе при разработке бизнес-планов и инвестиционной политики. Элементы рекомендуемой методики инвестиционного анализа представлены на рисунке 1.

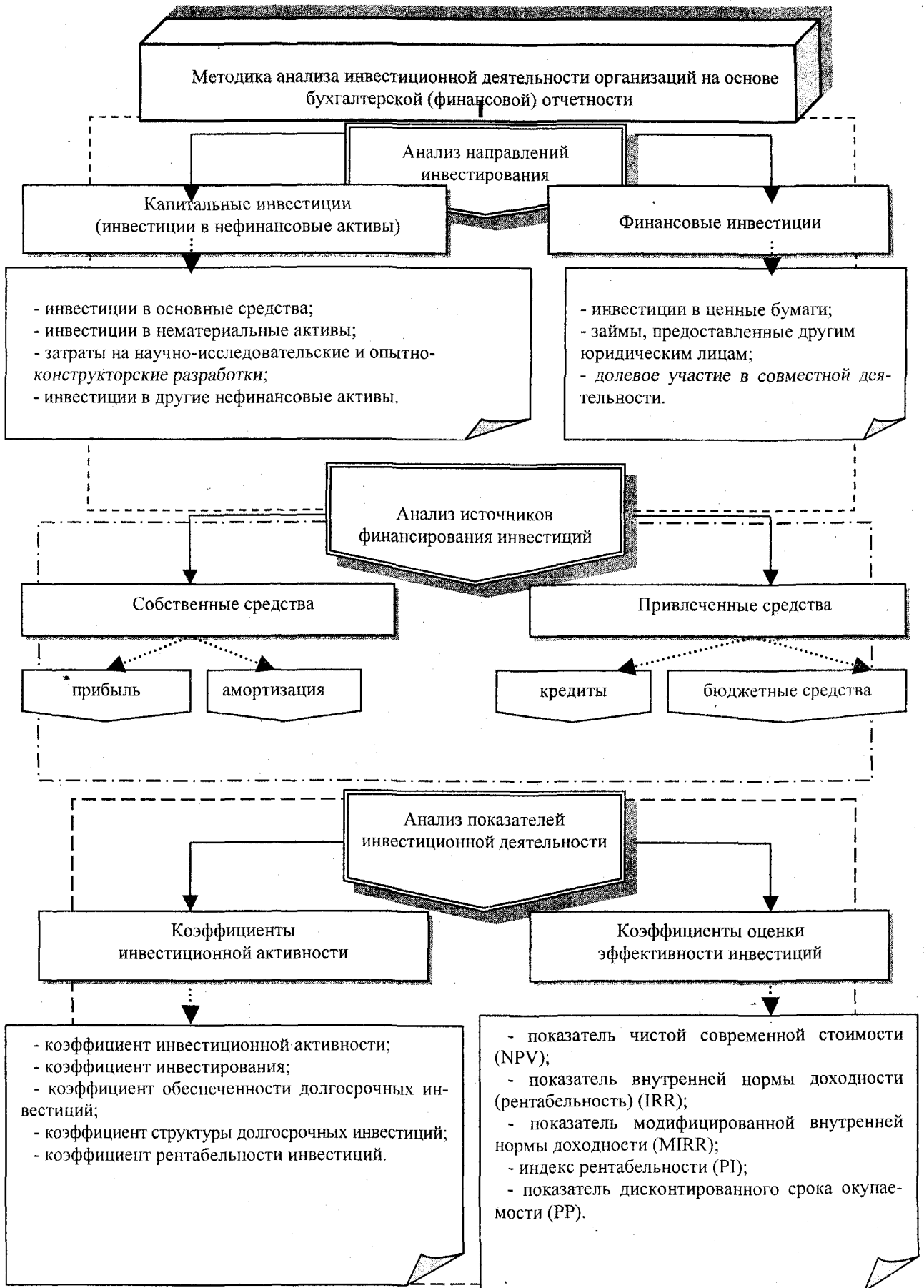


Рис. 1. Методика анализа инвестиционной деятельности организаций на базе бухгалтерской (финансовой) отчетности

В инвестиционном анализе различают капитальные и финансовые вложения. По мнению Ендовицкого Д.А., капитальные вложения или инвестиции в нефинансовые активы включают инвестиции в основные средства и объекты природопользования, нематериальные активы, земельные участки и оборотные активы. К финансовым вложениям относятся инвестиции в ценные бумаги и займы, предоставленные другим юридическим лицам [3].

Учитывая порядок формирования информации в отчетности и группировку отчетных показателей, на наш взгляд, корректно при анализе инвестиций различать инвестиции в основные средства, нематериальные активы, доходные вложения в материальные ценности, затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, инвестиции в прирост запасов материальных оборотных активов и финансовые вложения. Информация об этих активах, а, следовательно, показатели движения, состояния и структуры инвестиций, приводятся в пояснениях к отчетности.

На основе данных строительной компании представим методику анализа состава структуры и динамики инвестиций в активы организации (таблица 1).

Таблица 1.

Показатели состава и структуры инвестиций по направлениям инвестирования строительной компании

Показатель	Сумма инвестиций, тыс. руб.		Уд. вес в % к общей сумме инвестиций		Отклонение (+,-)	
	прошлый год	отчетный год	прошлый год	отчетный год	по сумме, тыс. руб.	по уд. весу, %
Инвестиции в нематериальные активы	11	-	0,01	-	-11	-0,01
Инвестиции в основные средства	2116	3108	1,98	1,98	992	0
Инвестиции в строительство	104765	153303	97,90	97,89	48538	-0,01
Доходные вложения в материальные ценности	-	-	-	-	-	-
Расходы на НИОКР	-	-	-	-	-	-
Расходы на освоение природных ресурсов	-	-	-	-	-	-
Финансовые вложения	117	195	0,11	0,13	78	0,02
Итого	107009	156606	100	100	49597	0

Данные таблицы показывают, что в течение отчетного года наблюдается приток инвестиций в основные средства и финансовые активы. Растут объемы незавершенного строительства. Изменения в структуре инвестиций практически не наблюдаются.

Анализ состава и структуры инвестиций на базе индивидуальной бухгалтерской отчетности обозначил проблему ограничения в информации о состоянии и изменении инвестиций. Стандартная форма № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу» не содержит показателей о движении финансовых вложений и незавершенном строительстве. На наш взгляд, при наличии подобных операций организация должна раскрыть эти факты в пояснениях к бухгалтерской отчетности для собственников и инвесторов. Аналогичным образом осуществляется анализ объема, структуры и динамики инвестиций на мезо- и макроэкономическом уровне по видам инвестиций.

В целом по России не отмечено существенных сдвигов в инвестиционной активности организаций. Наибольший объем инвестиций приходится на вложения в основные средства, что свидетельствует о том, что финансовая активность компаний и фирм по-прежнему остается низкой.

Основным направлением инвестирования является основной капитал. Именно на его долю приходится более 90 % всех инвестиционных средств организаций. Это вложения в строительство, приобретение зданий, земельных участков, оборудования. Эффективное использование основных средств является залогом будущей доходности и непрерывности деятельности.

В частности по Центральному Федеральному округу в течение последних пяти лет не наблюда-

ется устойчивой тенденцией роста объемов инвестиций в основной капитал. Относительно основных областей Центрального округа наиболее благоприятный инвестиционный климат прослеживается в Орловской и Смоленской областях и г. Москве. В остальных областях динамический ряд не стабилен, отмечается то рост инвестиционной активности, то его снижение при наличии ежегодного прироста объемов инвестиций.

По мнению Маркарьян Э.А. и Герасименко Г.П. важным направлением инвестиционного анализа является оценка динамики средств по составу и структуре используемых на финансирование капитальных вложений [4]. К источникам финансирования инвестиций Селезнева Н.Н. и Ионова А.Ф. относят собственные и привлеченные средства [5]. Собственные источники – это прибыль организаций, амортизация, реинвестиции от продажи основных средств. Привлеченные источники включают кредиты банков, бюджетное финансирование, дополнительную эмиссию акций организации, финансовый лизинг. Для анализа источников финансирования инвестиций целесообразно использовать данные оперативного бухгалтерского учета и отчетности. Как показывают данные официальной статистики, привлеченные средства являются стабильным источником финансирования инвестиций в основной капитал. Их доля составляет более 50 % всего объема инвестиций.

Существенную роль при анализе инвестиционной активности играет коэффициентный анализ. С помощью коэффициентов анализируется эффективность управления организацией, инвестиционная активность и разрабатывается инвестиционная стратегия. Коэффициентный анализ отчетности целесообразно разделить на два направления: анализ показателей инвестиционной активности и анализ показателей эффективности инвестиций. Первая группа показателей позволит провести ретроспективный анализ инвестиционной активности организаций, а коэффициенты эффективности инвестиций позволят оценить перспективы инвестирования на будущее.

Ефимова О.В. подчеркивает важность расчета и оценки показателя доходности инвестиционной деятельности. Ведущий специалист в области финансового анализа отмечает, что если деятельность организации ориентирована на перспективу, то ему необходимо разработать инвестиционную политику, важнейшей характеристикой которой является показатель доходности инвестиционной деятельности [1].

Показателем, в наиболее общем виде отражающим эффективность использования средств, инвестированных в предприятие, является рентабельность инвестиций:

$$P_i = \frac{П_n}{ВБ - КО},$$

где P_i – рентабельность инвестиций,

$П_n$ – прибыль до уплаты налога,

$ВБ$ – валюта баланса,

$КО$ – величина краткосрочных обязательств.

В экономической литературе приводятся различные показатели оценки инвестиционной деятельности организаций. Исследование имеющихся методик инвестиционного анализа позволило нам выделить группу основных показателей для оценки инвестиционной активности, которые, на наш взгляд, могут использоваться на разных уровнях анализа и способствуют достижению целевых установок реализации концепции развития бухгалтерской отчетности.

Результаты анализа на примере отчетных данных строительной компании приведены в таблице 2. Рентабельность инвестиций в организации снизилась на 0,029, что свидетельствует о недостаточной эффективности управления обществом, способности обеспечить необходимую отдачу от вложенного капитала. На развитие инвестиционной деятельности в отчетном году было направлено более 90 % средств организации. О росте инвестиционной активности фирмы свидетельствует сводный показатель инвестиционной активности, значение которого за два года возросло на 0,101 или на 10,1 %.

Таблица 2.

Коэффициенты инвестиционной активности строительной компании

Показатель	Формула расчета	Прошлый год	Отчетный год	Отклонение (+,-)
Рентабельность инвестиций	$P_n/(ВБ-КО)$	0,082	0,053	-0,029
Коэффициент инвестиционной активности	$(НС + ДВмц + ФВд)/ВА$	0,826	0,927	0,101
Коэффициент инвестирования	$СК/ВА$	1,021	0,993	-0,028
Коэффициент обеспеченности долгосрочных инвестиций	$ВА/СК + ДО$	0,979	1,007	0,028
Коэффициент структуры долгосрочных инвестиций	$ДО/ВА$	0,00012	0,00011	-0,00001

Коэффициент инвестирования отражает использование собственных средств в качестве основного источника финансирования вложений в основной капитал и финансовые вложения долгосрочного характера, в отличие от российских тенденций использования преимущественно заемных средств. Значение этого показателя практически равно 1, что соответствует оптимальному значению. Коэффициенты обеспеченности и структуры долгосрочных инвестиций показывают, что инвестиции осуществляются за счет собственного капитала, что подтверждает надежность организации, высокий уровень стратегического планирования и перспективность бизнеса.

В международной практике при проведении инвестиционного анализа широко применяются различные коэффициенты эффективности инвестиций, имеющие прогнозное значение. Их расчет базируется на различных методиках: динамических (учитывающих фактор времени) и статических (бухгалтерских).

Наиболее приемлемыми для проведения ретроспективного и перспективного анализа в условиях рыночной экономики, на наш взгляд, являются динамические методы оценки эффективности инвестиций. Хотя для проведения данного анализа показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности будет недостаточно. Суть расчета показателей эффективности инвестиций основана на сравнении и анализе денежных поступлений и инвестиционных расходов (таблица 3).

Таблица 3.

Коэффициенты оценки эффективности инвестиций

Показатель	Формула расчета и экономическое содержание показателя
Чистая современная стоимость (Net Present Value - NPV)	$PV = \sum_{n=1}^n \frac{P_n}{(1+r)^n}$ $NPV = \sum_{n=1}^n \frac{P_n}{(1+r)^n} - IC$ <p>где PV – величина дисконтированных доходов, P_n – величина годовых доходов в течение n лет, r – коэффициент дисконтирования притока денежных средств, IC – исходная сумма инвестиций.</p> <p>NPV показывает чистые доходы или убытки инвестора в результате помещения денег в инвестиционный проект. Если NPV > 0, то проект следует принять</p>
Внутренняя норма доходности (рентабельность) (Internal Rate of Return - IRR)	<p>IRR = r, при котором IRR = f(r) = 0</p> <p>IRR отражает максимально допустимый относительный уровень расходов, которые могут быть инвестированы в проект</p>
Модифицированная внутренняя норма доходности (Modified International Rate of Return - MIRR)	<p>MIRR – коэффициент дисконтирования, который уравнивает стоимость инвестиций и величину притоков денежных средств от реализации проекта. Показатель характеризует эффективность проекта</p>
Индекс рентабельности (Profitability - PI)	$PI = \sum_{n=1}^n \frac{P_n}{(1+r)^n} / IC$

Показатель	Формула расчета и экономическое содержание показателя
	$n=1 (1+r)^n$ PI - дисконтированная стоимость денежных поступлений от проекта в расчете на рубль инвестиций в данный проект. Если $PI > 1$, то проект можно использовать.
Дисконтированный срок окупаемости (Payback Period - PP)	$PP = \min n, \text{ при котором } \sum_{n=1}^n P_n > IC$ PP отражает минимальный срок окупаемости проекта.
Коэффициент эффективности инвестиций (Accounting Rate of Return - ARR)	$ARR = \frac{PN}{IC} \times 100\%$ где PN – среднегодовая чистая прибыль, IC – средняя величина инвестиций. ARR показывает отдачу на вложенный капитал.

Коэффициентный анализ эффективности инвестиций используется при бизнес-планировании, основанном на использовании собственных и привлеченных средств инвестирования. Следовательно, данный анализ имеет перспективное значение.

Стабильность финансового положения организации в условиях рыночной экономики обуславливается в немалой степени ее деловой активностью. Деловая активность – это результативность работы организации относительно величины авансированных ресурсов или величины их потребления в процессе производства. Деловая активность проявляется в динамичности развития хозяйствующего субъекта, достижении им поставленных целей, а также скорости оборота средств. Деловая активность в целом влияет не только на результаты деятельности организаций, но и на стабильность будущего финансового развития. Финансовое состояние, ликвидность и платежеспособность фирмы зависят непосредственно от того, насколько быстро средства, вложенные в активы, превращаются в реальные деньги.

Анализ литературных источников показал, что ученые–аналитики едины во мнении при определении качественных и количественных критериев оценки деловой активности организаций. По мнению Бочарова В.В. к качественным критериям относятся: широта рынков сбыта, деловая репутация, его конкурентоспособность, наличие постоянных поставщиков и покупателей продукции. Количественные критерии характеризуются абсолютными и относительными показателями [2].

Среди абсолютных показателей выделяются данные о состоянии активов, прибыли, выручки от продаж. Система этих показателей, на наш взгляд, должна быть исследована на этапе анализа имущественного потенциала с использованием приемов сравнительного и динамического анализа.

В рамках проведения анализа деловой активности целесообразно остановиться на оценке относительных показателей. Именно относительные показатели следует включить в методику комплексного анализа бухгалтерской (финансовой) отчетности, которая позволяет системно оценить результативность и эффективность использования всех ресурсов, а также перспективы развития компании. Относительные показатели деловой активности можно представить в виде системы финансовых коэффициентов–показателей оборачиваемости. Коэффициенты оборачиваемости рассчитываются с двух позиций: скорость оборота – количество оборотов совокупного капитала или его составляющих; период оборота – средний срок возврата денежных средств, вложенных в производственно-хозяйственную деятельность фирмы.

С точки зрения методики анализа отчетных форм рекомендуется разделить все показатели оборачиваемости на общие (оборотность капитала) и показатели оборачиваемости оборотного капитала. На наш взгляд, эти показатели имеют разную смысловую аналитическую нагрузку. Показатели оборачиваемости капитала и его составляющих характеризуют эффективность и интенсивность всего бизнеса, что важно для прогнозирования перспектив развития и, прежде всего, собственников. Показатели оборачиваемости оборотного капитала имеют частный характер и показывают интенсивность производственного процесса, а также кругооборота средств. Они используются для расчета операци-

онного и финансового циклов, так как связаны со значениями запасов, дебиторской задолженности, денежных средств (таблица 4).

Таблица 4.

Коэффициенты оборачиваемости строительной компании (в оборотах)

Показатель	Формула расчета	Прошлый год	Отчетный год	Отклонение (+,-)
Общие показатели оборачиваемости (оборотность капитала)				
Оборачиваемость активов (ресурсоотдача)	Вп/Ас	1,41	1,16	-0,25
Коэффициент фондоотдачи	Вп/ОСс	11,28	15,06	3,78
Оборачиваемость оборотного капитала	Вп/ОАс	3,92	4,51	0,59
Оборачиваемость (отдача) собственного капитала	Вп/СКс	11,24	1,56	-9,68
Оборачиваемость заемного капитала	Вп/ЗКс	3,76	4,24	0,48
Оборачиваемость кредиторской задолженности	Вп/КЗс	4,77	6,69	1,92
Показатели оборачиваемости оборотного капитала				
Оборачиваемость запасов	Сп/Зс	43,69	46,81	3,12
Оборачиваемость дебиторской задолженности	Вп/ДЗс	8,52	17,45	8,93
Оборачиваемость денежных средств	Вп/ДСс	12930,06	14,57	-12915,49

Данные таблицы свидетельствуют о росте показателей оборачиваемости строительной компании. Однако наблюдается существенное сокращение оборотов использования собственного капитала и денежных средств, что может отразиться на результативности деятельности фирмы. Необходимо разработать комплекс мероприятий по активизации использования собственных средств, так как снижение значений коэффициентов оборачиваемости капитала и денежных средств имеет отрицательное значение для собственников.

Показатели оборачиваемости имеют отраслевую специфику, поэтому у них отсутствуют оптимальные рекомендуемые значения. Их определение возможно в рамках той или иной отрасли или сферы деятельности организации. В этой связи целесообразно осуществлять сравнительный анализ деловой активности организаций в пределах одного вида деятельности.

Показатели оборачиваемости по разным сферам деятельности различны, что свидетельствует о разной интенсивности использования средств. Самые высокие показатели фондоотдачи на каждый рубль вложенных средств наблюдаются в промышленности и торговле. Следовательно, можно сделать вывод об эффективности использования средств в этих отраслях. Интенсивность и активность использования оборотного капитала, характерные для торговых фирм и отраслевой анализ подтверждают это. Причем положительным фактом является рост оборачиваемости оборотных средств в оборотах в течение последних лет. Торговым организациям также свойственна эффективность использования собственных средств. Показатели оборачиваемости собственного капитала принимают максимальные значения по данным отчетности торговых фирм. Высока доля заемного капитала в промышленности при наибольших значениях его оборачиваемости.

Таким образом, анализ инвестиционной и деловой активности экономических субъектов разных сфер деятельности свидетельствует об отсутствии устойчивых темпов роста финансовых показателей, что обуславливает необходимость совершенствования аналитических процедур сбора и обработки информации. В этой связи анализ деловой активности, на наш взгляд, следует осуществлять с комплексных системных позиций: в динамике, в сравнении со среднеотраслевыми данными и показателями по другим субъектам той же сферы деятельности, в масштабе региона и национальной экономики. Только в этом случае можно получить системное представление об эффективности, интенсивности и ускорении развития бизнеса, а, следовательно, его непрерывности на перспективу.

1. Анализ финансовой отчетности. Учеб. пособие. / под ред. О.В. Ефимовой, В.М. Мельник, 2-е изд. испр. и доп. М.: Изд-во Омега-Л, 2006. 408 с.
2. Бочаров В.В. Финансовый анализ. СПб, Питер, 2005. 240 с.
3. Ендовицкий Д.А. Комплексный анализ и контроль инвестиционной деятельности. Методология и практика. / Под ред. профессора Л.Т. Гиляровского. М.: Финансы и статистика, 2001. 400 с.
4. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П., Маркарьян С.Э. Экономический анализ хозяйственной деятельности. Учебник. Ростов н/Д: Феникс, 2005. 560 с.
5. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ. Управление финансами. Учебное пособие для вузов. 2-е изд. пер. и доп. М. ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 639 с.

Сидорова О.Н., Блок М.А.
МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА В РОССИИ:
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Орловский государственный институт экономики и торговли

Рекламный рынок традиционно характеризуется высоким уровнем конкуренции как среди рекламодателей и рекламопроизводителей, так и между средствами распространения рекламы. Одним из новейших каналов рекламной коммуникации является мобильная среда, особенности и перспективы которой рассмотрены в данной статье.

Распространение мобильных телефонов среди населения России в настоящее время стало сопоставимо с такими средствами рекламы как телевидение и радио. Еще в октябре 2006 г. по данным агентства Advanced Communications & Media, на российском рынке сотовой связи количество эмитированных операторами SIM-карт превысило численность населения России [1]. Даже с учетом фактора неиспользуемых SIM-карт и одновременного подключения абонента у нескольких сотовых операторов данный факт свидетельствует о достижении российским рынком мобильной связи широкого распространения и определенной стабилизации.

Развитие мобильных технологий привело к значительному расширению области применения мобильных телефонов. Если в начале своего применения они использовались исключительно для голосовых коммуникаций, то в последние годы происходит их постепенная трансформация в универсальное мобильное устройство, имеющее функции телевизора, персонального компьютера и радио. Отметим, что в отличие от перечисленных устройств мобильные телефоны в силу специфики использования, как правило, постоянно включены и находятся рядом с пользователями. Данная особенность позволяет рекламодателям обеспечивать постоянный контакт с целевой аудиторией и выгодно отличает мобильную связь от иных рекламных носителей.

Важное значение в понимании основных тенденций развития российского рынка мобильной рекламы имеет анализ зарубежного опыта. Несмотря на его молодость, на мировой арене уже можно выделить страны-лидеры в данном рекламном направлении. К ним относят Японию и Южную Корею, что связано с историческими особенностями развития рынка их мобильных коммуникаций. Так в 2006 г. рынок мобильной рекламы в Японии уже достиг 374 млн. долл., а к 2009 г., по прогнозам аналитиков, эта цифра может возрасти вдвое [2].

Другим регионом, в котором наблюдается значительное повышение активности в сфере мобильной рекламы, является Европа. В свою очередь, США отстают от нее по темпам развития примерно на один год. По оценкам исследовательской компании Visiongain в сравнении с 2005 г. к 2010 г. рынок мобильной рекламы США и Европы возрастет почти в 6 раз и составит около 1,5 млрд. долл. [3].

Объем мирового рынка мобильной рекламы по данным аналитического агентства ABI Research, составил в 2007 г. около 3 млрд. долл. Рассмотрим распределение доходов от мобильной рекламы по ее видам [4]. В настоящее время распространены следующие типы мобильной рекламы: интерактивная маркетинговая кампания, прямая медийная реклама, мобильная поисковая реклама и реклама в мобильных играх.

Интерактивная маркетинговая кампания представляет собой процесс продвижения компании с использованием технологии SMS-сообщений, которая обеспечивает гарантированную дистанционную доставку сообщений адресату.

Недостатком данного типа мобильной рекламы выступает ее текстовый характер и ограниченный объем сообщения. Рассылку SMS-сообщений осуществляют для повышения уровня осведомленности и лояльности к бренду. В настоящее время интерактивная маркетинговая кампания является наиболее распространенным видом мобильной рекламы.

В свою очередь прямая медийная реклама основывается на привлечении внимания к компании с использованием мультимедийных средств таких, как аудио, графика и видео.

Наиболее простым и доступным рекламодателям видом прямой медийной рекламы является рассылка MMS-сообщений. Она имеет схожие с SMS-рассылкой черты и отличается лишь возможностью ограниченного использования мультимедийных средств в представлении информации. Отметим, что на этом основании некоторые исследователи относят MMS-рассылку к интерактивным маркетинговым кампаниям.

Более сложные и дорогие виды прямой медийной рекламы основаны на применении технологий связи третьего поколения (3G) и соответственно зависят от широты их внедрения сотовыми операторами. Согласно прогнозам, мировые расходы на сложную прямую медийную рекламу уже к 2010 г. превзойдут расходы на SMS- и MMS-рассылки [3].

Использование сетей третьего поколения в целях мобильной рекламы требует системы оптимизации ее размещения в мобильных сервисах и приложениях. В качестве примера подобной системы следует привести разработанный компанией Nokia интеллектуальный коммутатор рекламной информации Advertising Connector.

Он обеспечивает таргетируемое распространение рекламных обращений, которые могут быть адаптированы и внедрены в программы прослушивания музыки, просмотра ТВ, для чтения текстов или иные мультимедийные приложения.

Мобильная поисковая реклама основана на использовании владельцами сотовых телефонов мобильного Интернета, сайты которого действуют на основе протокола WAP. Данный тип мобильной рекламы во многом аналогичен интернет-рекламе и основывается на демонстрации пользователям контекстной и баннерной рекламы. Особое распространение данный вид мобильной рекламы приобрел в Японии, в которой более 60 % абонентов уже пользуются широкополосным доступом в сеть Интернет, предоставляемым сетями 3G.

Последним типом мобильной рекламы является реклама в мобильных играх. В настоящее время данный сегмент динамично развивается и по прогнозам исследовательской компании Visiongain достигнет в 2008 г. объема 1 млрд. долл. в мировом масштабе [3].

Рассмотрим состояние российского рынка мобильной рекламы. В настоящее время на нем действуют более десятка специализированных агентств, среди которых крупнейшими являются NMMR, WapStart, BrandMobile, Gigafone, Lexi, Mobile Direct.

Среди заказчиков на российском рынке мобильной рекламы выступают в основном крупные фирмы - производители товаров и услуг, а также медийные агентства. В качестве примера следует отметить компании Coca-Cola, Procter&Gamble, Frito Lay, iFree, INFON, OMD Media Direction, Mind Share, Peugeot, УралСиб, UniCredit.

Несмотря на достаточно большое число участников, российский рынок мобильной рекламы еще слабо развит. Так, по оценкам экспертов в 2007 г., рекламу на мобильные телефоны получили только 50 тыс. абонентов из 155 млн. зарегистрированных пользователей сотовой связи. Вместе с тем, участниками рынка отмечается его высокая динамика роста. По предварительным данным, объем рынка мобильной рекламы и маркетинга (BTL - below the line - комплекс маркетинговых коммуникаций) может увеличиться с 15 млн. долл. в 2007 г. до 40-45 млн. долл. в 2008 г. [5].

Эффективно работающими в современных российских условиях показали себя всего две модели мобильной рекламы: интерактивная маркетинговая кампания и мобильная поисковая реклама. Особенностью первой является предоставление пользователям скидок на услуги связи в обмен на показ рекламы.

Как показал мировой опыт, развитие национального рынка мобильной рекламы тесно связано с внедрением на территории страны 3G-сетей. В 2007 г. в России был проведен конкурс по распределению лицензий на услуги сотовой связи третьего поколения, победителями в котором стали компании «ВымпелКом», «Мобильные ТелеСистемы» и «МегаФон».

Ввод в действие первых фрагментов сетей третьего поколения будет осуществляться уже в этом году, причем основной упор операторы намереваются сделать на внедрение новых услуг передачи данных.

Несмотря на определенные успехи и высокий потенциал российского рынка мобильной рекламы, его участники сталкиваются и с рядом проблем. Ниже выделены ключевые задачи, решение которых необходимо для поддержания динамичного развития рассматриваемого сегмента рекламного рынка:

- информирование рекламодателей о возможностях мобильной рекламы с наглядным обоснованием ее преимуществ и примерами успешных рекламных мероприятий;
- формирование системы постоянных независимых измерений аудитории и эффективности мобильной рекламы;
- обеспечение активного участия операторов мобильной связи на рынке мобильной рекламы и внедрение ими тарифных планов, основанных на рекламной модели бизнеса;
- определение структуры цепочки формирования стоимости услуг мобильной рекламы и места в ней участников рынка;
- разработка новых моделей ведения рекламной деятельности на рынке мобильных услуг.

Одним из важнейших инструментов для решения указанных задач является деятельность специализированной независимой саморегулируемой некоммерческой организации. Ее создание будет способствовать объединению усилий и опыта участников рынка для совместного развития российского рынка мобильной рекламы.

В настоящее время в России уже действует инициативная группа по созданию Ассоциации мобильной рекламы. На организованном ею в марте 2008 г. круглом столе участвовали представители всех ключевых игроков рынка мобильной рекламы. По итогам дискуссии участниками было принято решение продолжать и активизировать работу по формированию ассоциации. Таким образом, субъекты российского рынка мобильной рекламы понимают стоящие перед ними задачи и предпринимают конкретные действия по их реализации.

1. Management Consulting and Market Research Advanced Communications & Media Электрон. текстовые дан. и граф. дан. М., 2002 [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.acm-consulting.com.
2. Информационный портал Электронная коммерция Электрон. текстовые дан. и граф. дан. М., 2005 [Электронный ресурс] // Режим доступа: e-commerce.com.ua.
3. Информационный портал Proresearch.ru. Маркетинговые исследования Электрон. текстовые дан. и граф. дан. М., 2004 [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.proresearch.ru.
4. Новостной интернет-портал Newsland Электрон. текстовые дан. и граф. дан. М., 2006 [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.newsland.ru.
5. Аналитическая и консалтинговая компания in4media Электрон. текстовые дан. и граф. дан. М., 2005 [Электронный ресурс] // Режим доступа: www.in4media.ru.

VII. ФИНАНСЫ И ФИНАНСОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Садков В.Г., Ветрова В.В.

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СОСТОЯНИЯ, ТЕНДЕНЦИЙ, ЗАКОНОМЕРНОСТЕЙ И ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ФОНДОВОГО РЫНКА В ЦЕЛЯХ ОБОСНОВАНИЯ ЕГО ОПТИМАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ

Орловский государственный технический университет

Одна из центральных проблем, стоящих перед Россией в ходе реформ, состоит в обеспечении экономического роста на основе кардинальной структурной перестройки экономики. Мировой опыт показывает, что эта цель достигается, прежде всего, путем привлечения значительных инвестиционных ресурсов в реальный сектор и организации механизма их эффективного использования. Однако до сих пор эти задачи оказались до конца нереализованными. Наблюдается недостаточность объема инвестиций в реальный сектор экономики, неотлаженность самого механизма перелива средств из финансового сектора в реальный и низкая эффективность уже произведенных капитальных вложений.

В решении глобальных проблем, стоящих перед российской экономикой, свою важную роль призван сыграть российский фондовый рынок. Он является составной частью рыночной экономики. Развитость и степень регулирования его со стороны государства являются важнейшими индикаторами зрелости экономического развития страны. Цель функционирования фондового рынка состоит в том, чтобы обеспечивать наличие механизма для привлечения инвестиций в экономику страны в целом и регионов в частности путем установления необходимых контактов между теми, кто нуждается в средствах, и теми, кто хотел бы инвестировать избыточный доход.

В условиях развивающихся финансовых рынков особое значение имеет такая макроэкономическая функция фондового рынка, как трансформация сбережений в инвестиции и направление их в сферы необходимого приложения. Однако рынок ценных бумаг, как сегмент финансового рынка, функционирует в условиях жесткой конкуренции, обусловленной общим состоянием отечественного фондового рынка, отношением к нему основного потребителя услуг – населения, ограниченным инвестиционным потенциалом российских граждан. При этом смешанная модель организации рынка ценных бумаг делает доступным рынок для банковских продуктов, которые являются привлекательными для частного инвестора.

В этой ситуации, развитие институтов и инструментов рынка ценных бумаг становится возможным только благодаря развитию маркетинга фондового рынка, под которым предлагается понимать философию организации функционирования фондового рынка и управления им на основе системы практических мероприятий, направленных на выявление спроса и удовлетворение потребностей потребителей (инвесторов) в эффективных финансовых продуктах и услугах (которые смогут предоставить определенный набор преимуществ в сравнении с другими инструментами финансового рынка и схемами инвестирования), в целях обеспечения перераспределения капиталов и направления их в приоритетные отрасли для обеспечения экономического роста и, в конечном счете, повышения качества жизни населения России.

В связи с этим, в целях обоснования оптимальной структуры фондового рынка, используем инструментарий маркетингового исследования (ситуационный анализ), для анализа основных тенденций, закономерностей развития и проблем функционирования рынка ценных бумаг.

Ситуационный анализ рынка ценных бумаг.

1. Анализ факторов внешней среды

1.1 Общая макроэкономическая обстановка и ситуация на фондовом рынке

Существующий в настоящее время в России фондовый рынок является типичным крупным развивающимся рынком. Он характеризуется, с одной стороны, высокими темпами позитивных коли-

чественных и качественных изменений, с другой стороны – наличием многочисленных проблем, носящих комплексный характер и препятствующих более эффективному его развитию.

По большинству показателей емкости российский фондовый рынок занимает место во второй пятёрке развивающихся рынков. По ряду количественных показателей он вышел в лидеры среди развивающихся рынков. Вместе с тем по многим другим качественным показателям (ликвидность рынка, дивидендная доходность, количество торгуемых компаний и т.д.) сохраняется значительное отставание от ведущих развивающихся рынков, и тем более – от развитых рынков.

В настоящее время Россия занимает 13-е место в мире по размеру капитализации фондового рынка. Капитализация является наиболее простым интегральным показателем, отражающим изменения конкурентоспособности национального рынка ценных бумаг в рамках мирового рынка капитала [1]. Динамика капитализации российского фондового рынка отражена на рисунке 1.

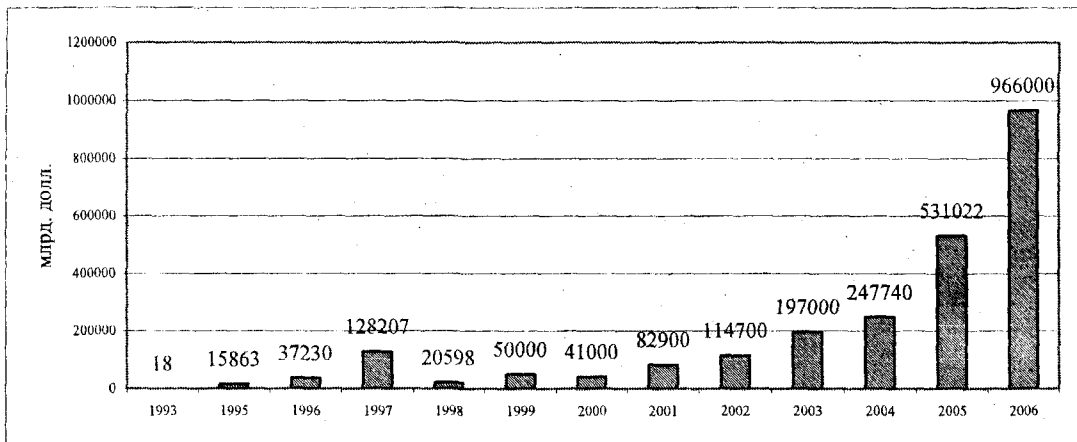


Рис. 1. Капитализация российского рынка акций по годам (млн. долл.)

Данные, представленные на рисунке 1, свидетельствуют о значительном увеличении капитализации рынка ценных бумаг, что является условием опережающего развития фондового рынка страны. Условие опережающего развития фондового рынка является обязательным для формирования в России таких качественных характеристик народного хозяйства (отраслевой структуры; нормы накопления; темпов инфляции; уровня доходов населения и т.д.), которые обеспечат необходимое повышение его эффективности и сохранение России как великой мировой державы. В противном случае даже при наличии высоких темпов экономического развития Россия окончательно отстанет от передовых стран в области развития новых технологий, в области оптимизации структуры экономики, в области обеспечения воспроизводства населения.

Показатель соотношения капитализации и валового внутреннего продукта увязывает динамику роста рынка акций с общеэкономической динамикой. Данное соотношение должно быть достаточным для того, чтобы обеспечивать активную роль фондового рынка в экономике, эффективные возможности его использования в качестве инструмента решения важнейших макроэкономических проблем (в том числе проблемы финансирования реального сектора экономики). Вместе с тем, данное соотношение не должно быть избыточным, так как избыточное соотношение капитализации и валового внутреннего продукта может указывать на наличие большой спекулятивной составляющей в ценах акций национальных корпораций и, соответственно, на высокий риск падения курсов акций в ближайшей перспективе либо на потенциально высокую волатильность в среднесрочной перспективе. Следует также учитывать, что данный показатель используется в качестве основного показателя, характеризующего роль фондового рынка в национальной экономике. Динамика изменения доли фондового рынка в ВВП России представлена на рисунке 2.

Исходя из данных, представленных на рисунке 2, можно отметить, что доля фондового рынка в ВВП России увеличилась с 2004 по 2006 г. более чем на 50 %.

В идеальных условиях фондовый рынок тесно связан с экономическим ростом через «принцип

акселератора». Его суть заключается в том, что рост фондового рынка задается ростом объемов производства и ВВП. В то же время рост рыночной стоимости акций и капитализации позволяет компаниям привлекать дополнительные средства в виде эмиссии ценных бумаг и банковских кредитов. Если полученные средства становятся реальными инвестициями, то есть направляются на приобретение основных средств и пополнение оборотного капитала, то это обеспечивает дополнительный рост объемов производства и ВВП.

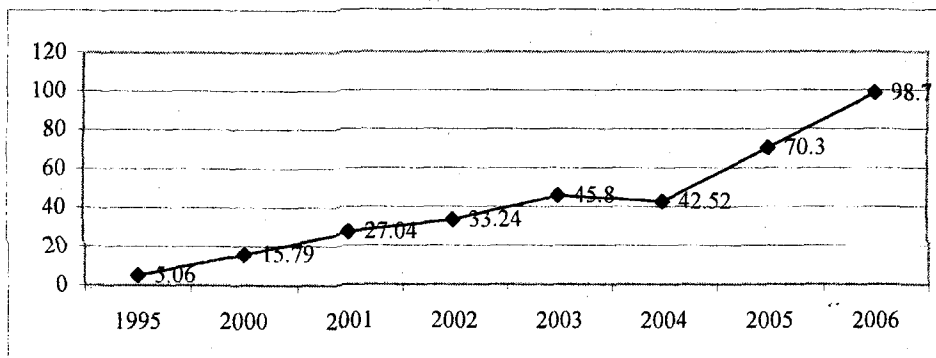


Рис. 2. Динамика изменения доли рынка ценных бумаг в ВВП России, %

Следовательно, если средства, полученные от IPO или размещения долговых инструментов, направляются на рефинансирование долгов, скупку активов у их владельцев или на приобретение финансовых инструментов, это не ведет к росту реального капитала, и соответственно, не оказывает прямого воздействия на объем выпускаемой продукции и оказываемых услуг. Таким образом, результативность влияния фондового рынка на темпы экономического роста зависит не только от того, насколько активно компании выпускают ценные бумаги и проводят IPO, но и от эффективности использования привлеченных ресурсов и их трансформации в реальный капитал.

1.2 Отраслевой разрез фондового рынка

1.2.1 Рынок акций

По данным Федеральной службы по финансовым рынкам за период с 1997 по 2003 г. был зарегистрирован 62841 выпуск акций. На сайте информационного агентства АК&М имеются сведения о 193946 выпусках ценных бумаг по 79740 эмитентам. Однако следует учитывать, что российское законодательство требует регистрировать все выпуски акций всех акционерных обществ (в том числе закрытых). Несомненно, что подавляющая часть этих акций абсолютно неликвидна и не имеет какого бы то ни было вторичного рынка [2].

Наиболее ликвидными по определению являются те акции, которые допущены к торговле на фондовых биржах. По состоянию на 01.08.2006 на биржах группы РТС в котировальные списки всех уровней суммарно включено 66 выпусков обыкновенных и 13 выпусков привилегированных акций, а в состав внесписочных бумаг – еще 190 выпусков обыкновенных и 107 выпусков привилегированных акций. В котировальные списки всех уровней ММВБ суммарно включено 43 выпуска обыкновенных и 15 выпусков привилегированных акций, а в состав внесписочных бумаг – еще 172 выпуска обыкновенных и 84 выпуска привилегированных акций.

1.2.2 Рынок облигаций

Развитие данного рынка характеризовалось устойчивым увеличением количества эмитентов, удлинением сроков заимствований и увеличением объемов. В базе данных агентства Sbonds на 01.12.2006 имеются сведения о 732 зарегистрированных выпусках корпоративных облигаций, из них в обращении находилось 413 выпусков. Общий объем корпоративных облигаций российских предприятий в обращении по номиналу на 31 декабря 2006 г. составил 803 млрд. рублей. К торговле на ММВБ допущено 339 выпусков облигаций (из них 80 выпусков – в котировальных листах различных уровней, и 259 выпусков – внесписочные), а в РТС – 135 выпусков. Оборот российского вторичного

биржевого рынка корпоративных облигаций в 2005 г., по данным агентства Cbonds, составил 906,1 млрд. руб., в 2006 г. – 945,8 млрд. руб. Внебиржевой оборот рынка облигаций, по данным агентства Cbonds, составил в 2005 году 608,2 млрд. руб., а в 2006 г. – 627,8 млрд. руб. [2].

1.2.3 Рынок государственных ценных бумаг

Первые государственные облигации РФ были выпущены в 1991 г. Бурное развитие внутреннего биржевого рынка государственных облигаций (ГКО – ОФЗ) пришлось на 1993–1998 гг., однако оно было прервано историческим дефолтом 17 августа 1998 г., и с тех пор этот рынок никогда не достигал ни тех объемов, ни той роли в финансовой системе, которые были ему свойственны в указанный период. На 01.11.2006 общий объем государственного внутреннего долга в форме рублевых облигаций составлял по номиналу 984,4 млрд. руб. Рынок государственного внешнего долга Российской Федерации включает в себя сопоставимые объемы государственных облигаций. По данным Минфина РФ, из 50,1 млрд. долл. внешнего долга РФ (по состоянию на 01.10.2006) около 3/4 приходится на облигации: 30,9 млрд. долл. – на еврооблигации и 5,7 млрд. долл. – на облигации внутреннего государственного валютного займа (ОВГВЗ).

1.2.4 Рынок ценных бумаг субъектов РФ и муниципальных образований

Облигации субъектов Российской Федерации и муниципальные облигации уступают по объему как федеральным, так и корпоративным облигациям. По данным агентства Cbonds, на 01.07.2006 в обращении находились 105 выпусков рублевых облигаций 32 субъектов РФ и 14 муниципальных образований общим объемом по номиналу 212,6 млрд. руб. Кроме того, в обращении находились три выпуска еврооблигаций Москвы и Башкортостана общим объемом по номиналу 45 млн. долл. и 374 млн. евро [2].

1.2.5 Рынок векселей

По данным Банка России, на 01.12.2006 объем выпущенных банками векселей составляет 735 млрд. руб., при этом рублевые векселя – 602 млрд. руб., валютные – 133 млрд. руб. Однако следует учитывать, что почти 2/3 из них (484 млрд. руб.) являются краткосрочными – они выпущены на срок менее 1 года. Надежная статистика по рынку небанковских векселей практически отсутствует [2].

1.2.6 Фьючерсы и опционы на ценные бумаги и фондовые индексы

Такие финансовые инструменты, как фьючерсы и биржевые опционы, формально не являются ценными бумагами, однако фьючерсы и опционы, базовыми активами которых являются акции и фондовые индексы, тесно связаны с фондовым рынком. По состоянию на 01.11.2006 к торговле на российских биржах были допущены фьючерсы на девять таких базовых активов (восемь акций и индекс РТС), а также опционы на шесть таких базовых активов (пять акций и индекс РТС). Совокупный объем открытых позиций по этим финансовым инструментам на 1 ноября 2006 г. составил 2,2 млн. контрактов. Оборот за 2005 г. составил 52,2 млн. контрактов, за 10 месяцев 2006 г. – 69,7 млн. контрактов [2].

1.3 Анализ отдельных групп участников фондового рынка

1.3.1 Эмитенты

В России отсутствует четкая статистика в отношении эмитентов ценных бумаг. В принципе любое акционерное общество по определению является эмитентом, так как уже при своем учреждении оно неизбежно размещает акции (и формально обязано их зарегистрировать). По данным Единого государственного реестра юридических лиц, на 01.08.2006 в России зарегистрировано 193 651 акционерных обществ (открытых и закрытых). Однако значительная часть этих организаций не регистрировала свои акции.

Характерной особенностью российского рынка акций является высокая доля государства в общей структуре капитализации, причем в последние два года заметна явная тенденция к росту этой доли. Пять из десяти наиболее капитализированных компаний, составляющие около 58 % общей капитализации российского фондового рынка, находятся прямо или косвенно под контролем государства: это «Газпром», «Роснефть», Сбербанк РФ, РАО «ЕЭС России», и «Газпром Нефть» (бывшая «Сибнефть»). Это создает серьезные риски устойчивости фондового рынка. Проблема не только в том, что государство не является эффективным собственником и повышение его роли в управлении предприятиями ведет к ухудшению результатов деятельности компаний, но и в дезорганизации целевых установок для нынешних собственников и менеджеров компаний.

Это влияет на сокращение горизонта принимаемых бизнес решений, а также заставляет предпринимателей использовать различные институты фондового рынка (например, IPO) не для привлечения инвестиций, а вывода пакетов акций из-под юрисдикции российского законодательства.

1.3.2 Инвесторы

1.3.2.1 Институциональные инвесторы

1.3.2.1.1 Инвестиционные фонды

Число работающих ПИФов на 31.10.2006 составляло 577, совокупная стоимость их чистых активов равнялась 365,8 млрд. руб. Из них 72,7 млрд. руб. приходилось на открытые фонды, 51,2 млрд. руб. - на интервальные фонды, и 241,9 млрд. руб. - на закрытые фонды.

По состоянию на 29.12.2006, паевыми фондами управляли 178 управляющих компаний. В том числе 111 компаний имели под управлением закрытые ПИФы, 108 - открытые, 60 - интервальные. Фондами недвижимости управляли 84 УК, открытые фонды смешанных инвестиций были у 82 компаний, открытые фонды акций - у 76, облигаций - у 59 компаний. Индексные ПИФы под управлением имели 22 компании, а 10 УК запустили в 2006 г. фонды фондов. На рынке управления активами ПИФов традиционно была высока как индивидуальная, так и региональная концентрация. На долю первых пяти компаний по состоянию на 01.10.2006 приходится 59,43 % от общей стоимости чистых активов ПИФов (впрочем, эта доля устойчиво снижается: до 2002 г. включительно она превышала 90 %). Региональная концентрация проявляется в том, что около 2/3 всех управляющих компаний зарегистрировано в Москве.

1.3.2.1.2 Негосударственные пенсионные фонды

Негосударственные пенсионные фонды расположены в 51 субъекте Российской Федерации, в том числе в Москве - 113 фондов, в Санкт-Петербурге - 19, Нижегородской и Самарской областях - по 9. Участники фондов проживают в 80 субъектах Российской Федерации.

Действующие пенсионные фонды организованы в наиболее успешно развивающихся секторах экономики. Из 66 фондов, имеющих размер пенсионных резервов, превышающий 30 млн. руб., 24 (36,3 %) действуют на предприятиях промышленности, 13 (20 %) - на предприятиях топливно-энергетического комплекса, 8 (12,1 %) - на предприятиях транспорта.

По данным ФСФР России, на 01.07.2006 действующие лицензии НПФ имели 297 организаций, из них 114 были допущены к деятельности по ОПС. Собственное имущество (совокупные активы) всех НПФ на 01.07.2006 составляли 371,4 млрд. руб., в том числе пенсионные резервы по НПО - 291,8 млрд. руб., а пенсионные накопления по ОПС - 6,8 млрд. руб. Количество участников системы НПО достигло 6,2 млн. чел., в том числе, получающих негосударственную пенсию - 758 тыс. чел., а количество застрахованных лиц по ОПС - 901 тыс. чел.

Совокупный инвестиционный ресурс НПФ включает в себя весь объем пенсионных резервов и пенсионных накоплений, а также существенную часть имущества для осуществления уставной деятельности (объем которого на 01.04.2006 составил 64,3 млрд. руб.), т.е. в целом он равняется примерно 350-360 млрд. руб.

1.3.2.2 Население (демографический фактор в анализе рынка)

В последнее время в стране, по данным Государственного комитета статистики Российской Федерации, происходит ежегодное увеличение среднедушевого дохода населения. При этом в динамике структуры доходов населения за последние три года динамика вложения в инструменты рынка ценных бумаг несколько снизилась (Рисунок 3).

Следует отметить, что такая тенденция объясняется недоверием частного инвестора к институтам и инструментам рынка ценных бумаг. Подавляющее большинство граждан, располагающих денежными средствами для сбережения, предпочитают банковские депозиты и наличные (общая сумма средств на депозитах физических лиц в коммерческих банках на 01.01.2007 составляла 3021 млрд. руб., из них на срок от 1 до 3 лет - 1632 млрд. руб., а свыше 3 лет - 208 млрд. руб.).

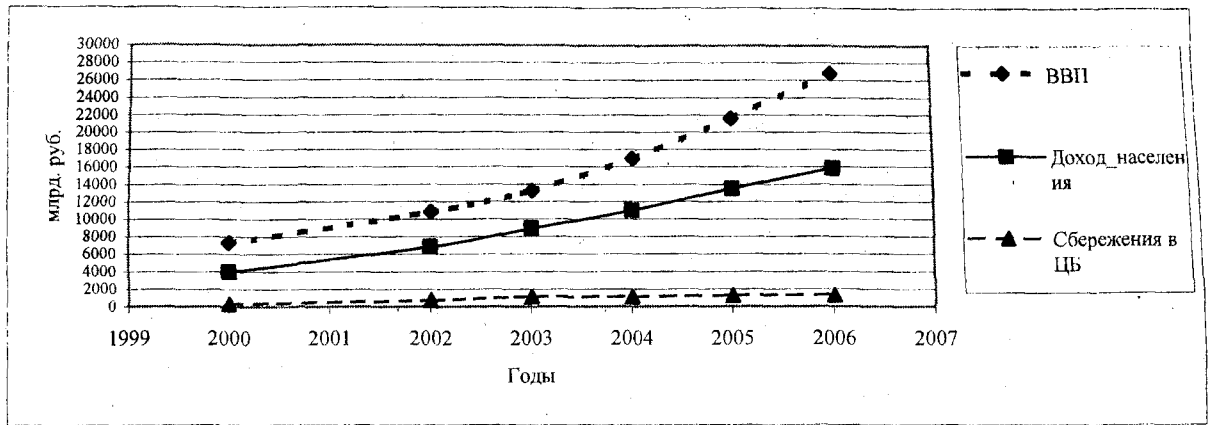


Рис. 3 Сравнительный анализ динамики ВВП, доходов населения и сбережений в ценные бумаги

Статистика инвестиционной активности населения на вторичном рынке свидетельствует, что количество физических лиц – резидентов, проводящих в настоящее время непосредственно или через инструменты коллективных инвестиций операции на рынке ценных бумаг составляет в 530-550 тыс. чел. В сравнении с численностью экономически активного населения страны (68,3 млн. чел. это составляет около 0,8 %. Среди объективных причин низкой степени вовлеченности населения в операции с ценными бумагами следует отметить низкий общий уровень денежных доходов населения, территориальную ограниченность возможностей получения услуг на рынке ценных бумаг, низкая инвестиционная грамотность населения.

2. Анализ проблем и возможностей

Опираясь на анализ общей макроэкономической обстановки и ситуации на фондовом рынке, на анализ отдельных сегментов рынка ценных бумаг в отраслевом разрезе, следует отметить, что современный рынок ценных бумаг, как в целом, так и по субъектам Российской Федерации, характеризуется замкнутостью и ориентацией на отдельный регион страны, а также слабостью финансовых и информационных связей участников этих рынков с такими финансовыми центрами, как Москва, Санкт-Петербург и другими регионами России. Инфраструктура региональных фондовых рынков развита слабо. В регионах наблюдается низкая концентрация компаний – посредников профессиональных участников рынка ценных бумаг, слабо развит институт профессиональных участников рынка ценных бумаг, занимающихся ведением реестра, учета, хранения и переоформления прав собственности на ценные бумаги – регистраторов и депозитариев, наблюдается практически полное отсутствие в регионах фондовых бирж и компаний организаторов биржевой торговли. Важной составляющей инфраструктуры РЦБ России и регионов является институт инвесторов и эмитентов. Институциональные инвесторы (инвестиционные, пенсионные фонды и страховые компании) в основном сконцентрированы в центре России. Основная масса региональных эмитентов (как физических, так и юридических лиц) инвестируют финансовые ресурсы, в основном, на рынок корпоративных ценных бумаг крупнейших компаний нефтегазовой промышленности, энергетики, связи, которые котируются на основных биржевых площадках.

Представленный анализ тенденций эволюции фондовых рынков в ретроспективном периоде позволяет в определенной степени сделать выводы о путях его дальнейшего развития.

Однако, в целом, маркетинговые исследования перспектив развития фондового рынка должны базироваться на комплексе взаимодополняющих методов: методе эволюционного (инерционного) прогнозирования; методе экспертного прогнозирования; методе имитационного моделирования объемов и структуры фондового рынка; методе экономико-математической оптимизации объемов и структуры фондового рынка.

Безусловно, при этом должны быть задействованы известные концепции маркетинга: производственная концепция; продуктовая концепция; концепция продаж; концепция маркетинга и концепция социально-этического маркетинга.

1. Рубцов Б.Б. Современные фондовые рынки. М.: Альпина Высшая Школа, 2007. 926 с.

2. Официальный сайт ФСФР России [Электронный ресурс] // Режим доступа: Internet resource: <http://www.fcsm.ru>

Бельский А.А.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА ЛИЗИНГОВОГО РЫНКА*Орловский государственный университет*

На сегодняшний день в России при исследовании развития рынка лизинговых услуг возникает проблема достоверности и достаточности статистических данных, кроме того, отсутствует единая методология изучения лизинга. Действующий механизм исследования лизингового бизнеса РФ базируется на анализе деятельности лизинговых компаний. Отметим, что их деятельность сопряжена только с получением прибыли за счет привлекательности лизингового механизма (наличия определенных преференций), но и направлена на удовлетворение потребности клиентов (лизингополучателей) во временном использовании необходимого им имущества. Лизингополучателем является физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором лизинга обязано принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в пользование в соответствии с договором лизинга. Приобретая оборудование по договору лизинга, организация получает возможность принять сумму лизинговых платежей в уменьшенную налоговую базу по налогу на прибыль. В сложившихся условиях необходимо рассмотреть возможность получения адекватной информации у непосредственного потребителя лизинговой услуги – лизингополучателя.

Статистические данные по изучению динамики рынка лизинговых услуг можно найти в публикациях агентства «Эксперт РА», ассоциации «Рослизинг», ежегодных аналитических исследований лизинга В.Д. Газмана, в официальных статистических материалах Росстата. Отличительная особенность перечисленных информационных источников – рынок лизинговых услуг оценивается различными показателями.

Так, ассоциация «Рослизинг» при составлении рейтинга лизинговых компаний в качестве основного показателя развития лизинга в России использует «стоимость новых сделок финансового оперативного лизинга» [1]. В свою очередь, рейтинговое агентство «Эксперт РА» исследует рынок лизинга при помощи таких показателей, как «объем нового бизнеса», «объем полученных лизинговых платежей», «текущий портфель лизинговых компаний», на основании которых аналитики агентства создают собственный рейтинг лизинговых компаний [2]. В ежегодных аналитических исследованиях В.Д. Газмана используется показатель «объем новых заключенных и профинансированных договоров лизинга в текущем году», на основе которого также составляется рейтинг лизинговых компаний [3]. Федеральная служба статистики не ведет рейтинга лизинговых компаний, а производит обследование организаций, осуществляющих деятельность в области финансового лизинга, с помощью показателя – «общая стоимость договоров финансового лизинга, заключенных организацией в отчетном году, независимо от оплаты» [4].

По нашему мнению, одним из главных недостатков статистического исследования лизинговой деятельности РФ является формирование аналитических данных на основе исследования одной из сторон лизинговой сделки – лизингодателя. В.Д. Газман справедливо отмечает, что для определения объема инвестиционной деятельности в целом по стране необходимо учитывать не инвестиционные затраты лизингодателя, а расходы, которые понесет лизингополучатель в ходе реализации лизингового проекта. В результате лизинговой деятельности совокупные доходы лизингодателя станут финансовыми расходами для лизингополучателя по привлечению инвестиций в конкретный проект [5; С. 42-44]. Доход лизингодателя по договору лизинга образуется за счет лизинговых платежей лизингополучателя. В соответствии со ст. 28 Федерального закона «О финансовой аренде (лизинге)» (далее – Закон), «под лизинговыми платежами понимается общая сумма платежей по договору лизинга за весь срок действия договора лизинга, которую входит возмещение затрат лизингодателя, связанных с приобретением и передачей предмета лизинга лизингополучателю, возмещение затрат, связанных с оказанием других предусмотренных до

вором лизинга услуг, а также доход лизингодателя. В общую сумму договора лизинга может включаться выкупная цена предмета лизинга, если договором лизинга предусмотрен переход права собственности на предмет лизинга к лизингополучателю».

В настоящее время исследование лизингового бизнеса с позиции поступивших лизинговых платежей осуществляет «Эксперт РА». При чем рассматривается общая сумма платежей по договорам лизинга, перечисленных на расчетный счет организации в течение рассматриваемого периода, то есть оценка ведется на основании данных, полученных от обследованных лизинговых компаний, а не у лизингодателей.

Учитывая вышеизложенное, мы считаем необходимым рассмотреть возможность исследования рынка лизинговых услуг с позиции расходов лизингополучателя за отчетный год, который характеризует успешность использования лизингового механизма инвестирования. Пожалуй, самую достоверную информацию о размере финансовых расходов лизингополучателей за отчетный год можно получить у налоговой инспекции, в которой лизингополучатель состоит на учете.

Лизинговые платежи отдельно в налоговой декларации по налогу на прибыль не показываются. Однако для документального подтверждения указанных расходов необходимы документы, оформленные в соответствии с требованиями законодательства РФ, в том числе заключенный договор лизинга, график лизинговых платежей, документы, подтверждающие оплату лизинговых платежей, акт приемки-передачи лизингового имущества. При этом ежемесячного заключения актов оказанных услуг по договору лизинга для целей документального подтверждения расходов в виде лизинговых платежей в налоговом учете не требуется [6].

С определенной долей условности взаимодействие налоговых органов и Росстата по вопросу формирования статистики лизинга можно представить следующей схемой (рисунок 1). Заключению договора лизинга предшествует организационная работа: определяется предмет договора лизинга; оценивается целесообразность использования лизинговой формы инвестирования; ведутся переговоры с потенциальным продавцом имущества; определяется размер и периодичность оплаты лизинговых платежей. Заканчивается данный процесс подписанием договора лизинга (1). Далее заключается договор купли-продажи с продавцом предмета лизинга (2), который осуществляет доставку оборудования в адрес лизингополучателя (3). За пользование предметом лизинга лизингополучатель перечисляет лизингодателю лизинговые платежи, установленные договором лизинга (4).

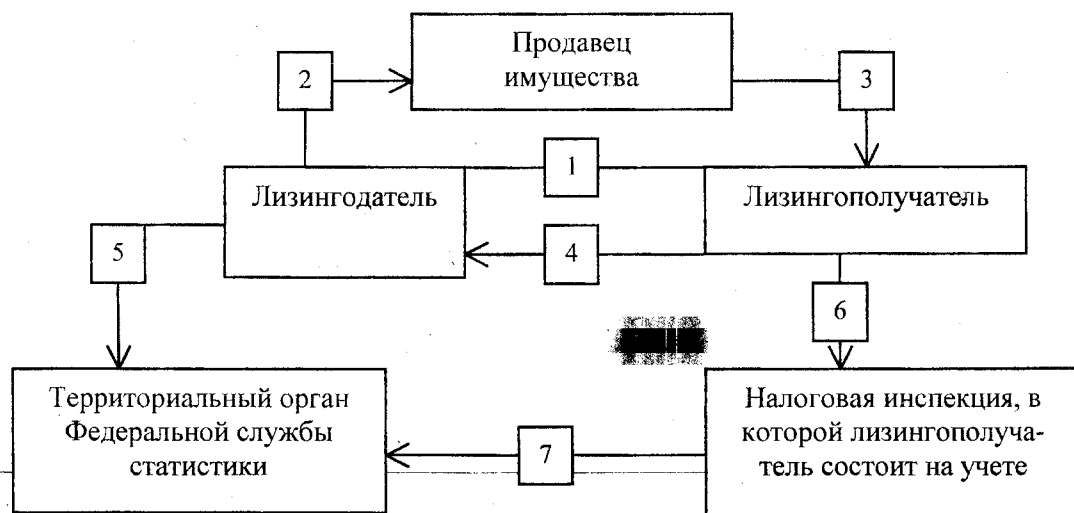


Рис. 1. Механизм взаимодействия ФНС на основе полученных лизинговых платежей

Федеральная служба статистики ежегодно проводит обследование организаций, осуществляющих деятельность в области финансового лизинга по форме № ДАФЛ. Данная форма заполняется руководителем (менеджером) организации по итогам работы лизинговой компании за отчетный год и представляется территориальному органу Федеральной службы государственной статистики в субъекте РФ по установленному им адресу 10 февраля года, следующего за отчетным (5).

На основании ст. 289 НК РФ «налогоплательщики независимо от наличия у них обязанности по уплате налога и (или) авансовых платежей по налогу, особенностей исчисления и уплаты налога обязаны по истечении каждого отчетного и налогового периода представлять в налоговые органы по месту своего нахождения и месту нахождения каждого обособленного подразделения соответствующие налоговые декларации». В нашем случае лизингополучатель представляет налоговые декларации (налоговые расчеты) не позднее 28 календарных дней со дня окончания соответствующего отчетного периода. Налоговые декларации (налоговые расчеты) по итогам налогового периода представляются налогоплательщиками (налоговыми агентами) не позднее 28 марта года, следующего за истекшим налоговым периодом (6). Далее налоговые декларации (расчеты) и другие документы, по которым лизингополучатели рассчитываются и уплачивают налог на прибыль, подвергаются камеральной налоговой проверке, на которую отводится три месяца со дня представления отчетности, а также других документов о деятельности компании.

На последнем этапе (7) налоговая инспекция, в которой лизингополучатель состоит на учете, представляет обработанные сведения о размерах перечисленных лизингодателям лизинговых платежей в территориальный орган Федеральной службы статистики. Заключать дополнительные соглашения между ФНС и Росстатом, по нашему мнению, необязательно, так как в рамках действующего приказа от 18 января 2008 г. № 5/ММ-3-11/14 предусмотрена передача информации Отчета о налоговой базе и структуре начислений по налогу на прибыль организаций (форма № 5-П), в которую отдельной строкой необходимо выделить сведения о сумме лизинговых платежей отчетного периода.

Таким образом, при успешной реализации взаимодействия ФНС и Федеральной службы статистики ведомствами могут быть решены задачи формирования полной и достоверной информации об успешности рынка лизинговых услуг России на современном этапе развития.

1. Электронный ресурс // Режим доступа: <http://www.rolasing.ru>

2. Электронный ресурс // Режим доступа: <http://www.raexpert.ru>

3. Газман В.Д. Рынок лизинговых услуг России-2006 // Лизинг Ревю. 2007. № 2. С. 2–21.

4. Постановление Росстата от 1 августа 2005 года № 51 «Об утверждении статистического инструментария для статистического наблюдения за основными фондами и строительством на 2006 год».

5. Газман В.Д. Лизингоемкость инвестиций // Экономический журнал ВШЭ. 2007. № 1. С. 35–54.

6. Письмо Департамента налоговой и таможенно-тарифной политики Минфина РФ от 14 января 2008 Г. № 03-03-06/1/3.

Мекшенева Ж.В.

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ ИННОВАЦИОННЫХ И РАСТУЩИХ КОМПАНИЙ – АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Орловский государственный институт искусств и культуры

Биржевые рынки высокотехнологичных компаний активно развивались на развитых рынках еще в 1995-2000 гг. В конце XX - начале XXI вв. из-за завышенной оценки инвесторами перспектив роста высокотехнологичного сектора экономики произошла невероятная переоценка стоимости акций. В первой половине 90-х гг. в США стандартным считался объем капитализации, равный шестикратному объему годовой прибыли. В конце 90-х гг. стандарт вырос в 4 раза. Это не соответствовало адекватному росту в реальном секторе. К 2000 г. капитализация мирового рынка акций почти сравня-

лась с мировым ВВП. Такая несоразмерность реального сектора и рынка ценных бумаг вылилась в фондовый кризис, начавшийся в Соединенных Штатах Америки осенью 2000 года. В этот период времени важнейшие фондовые индексы США за 2,5 года упали: Dow Jones Industrial с 11 310 до 7286; S&P 500 с 1520 до 777; NASDAQ с 5100 до 1114. В акциях high-tech «сгорело» свыше 5 триллионов долларов. В течение следующего года после наступления кризис распространился на мировой фондовый рынок. К концу сентября 2002 года другие важнейшие биржевые индексы также упали: британский FTSE-100 - с 6798 до 3671; французский CAC-40 - с 6922 до 2656; германский DAX-30 - с 7445 до 2598; гонконгский HANG SENG - с 17 274 до 8934. В период фондового кризиса 2000-2002 годов началось закрытие секторов акций растущих компаний. С 2003 года на фондовом рынке началось оживление.

В России существуют два биржевых института имеющие, так называемые, сектора инновационных и растущих компаний ММВБ и РТС.

На Фондовой бирже ММВБ формирование Сектора инновационных и растущих компаний (Сектор ИРК) началось еще 27 июня 2006 г. Были введены в действие Правила листинга, допуска к размещению и обращению ценных бумаг в новой редакции, предусматривающие образование Сектора инновационных и растущих компаний. В декабре 2006 г. ММВБ провела процедуру аккредитации первых листинговых агентов – финансовых компаний, которые стали «проводниками» для инновационных и растущих компаний при выходе на биржевой рынок.

На площадке RTS START могут размещаться акции компаний, капитализация которых не превышает 3 млрд. руб., а также выпуски корпоративных облигаций объемом не более 500 млн. руб. [1, 2, 3].

В правилах Фондовой биржи ММВБ заявлено, что одним из основных критериев кандидата в Сектор ИРК является инновационный характер бизнеса компании. Приоритет получают компании, осуществляющие хозяйственную деятельность в передовых, высокотехнологичных областях: в сфере телекоммуникаций, в производстве программного обеспечения, интернет- и биотехнологий, а также в отраслях, связанных с реализацией национальных проектов.

Среди обязательных требований к эмитенту, проводящему IPO на RTS START – наличие финансового консультанта, договор с маркет-мейкером на срок не менее полугода, а также наличие аналитического отчета. Для Сектора ИРК на Фондовой бирже ММВБ специально создан институт листинговых агентов, наличие договора с одним из которых является обязательным для каждого эмитента Сектора ИРК [6]. К началу 2008 г. сектор ИРК России был представлен следующими эпитетами (таблица 1).

Таблица 1
Список компаний включенных в RTS START.

Код	Наименование эмитента	Дата размещения
ARMD	ОАО "АРМАДА"	31.07.2007
NFAZ	ОАО "НЕФАЗ"	18.04.2007
SGMA	ОАО "СигМА"	01.03.2007
KMTZ	ОАО "КМЗ"	20.02.2007
КОММ	ОАО "БФ "Коммунар"	29.01.2007

На бирже ММВБ и того меньше – 2 эмитента. 14 июня 2007 г. на ММВБ прошло размещение, и начались торги паями закрытого ПИФа венчурных инвестиций «Финам – Информационные технологии», созданного при поддержке Мининформсвязи России. Весь дополнительный выпуск паев этого фонда был полностью выкуплен участниками. Всего было предложено 53 тыс. паев, стоимостью 9467,61 руб. каждый. В результате размещения фонд получил более 500 млн. руб. Полученные средства предполагается инвестировать в приобретение дополнительных активов в различных секторах IT-бизнеса. Планируется использовать вырученные средства для включения в портфель ПИФа пакета акций системы контекстной рекламы «Бегун», инвестирования в социальные сети, навигационные и рекламные сервисы, платежные системы, игры, различные инновационные разработки в сегменте хайтек. 31 июля провела IPO ОАО «АРМАДА» (одновременно и на ММВБ, и РТС) [5].

Что касается ФБ ММВБ, капитализация должна быть не менее 100 млн. руб., но не более чем 5 млрд. руб. В случае допуска к торгам в Секторе облигаций объем выпуска должен составлять не менее 15 млн. руб. (предельные значения данных критериев могут быть изменены решением Дирекции ММВБ).

Проекты только недавно начали работать и делать выводы о причинах пока небольшого количества эмитентов на данных секторах возможно еще рано. Следует сказать, что в апреле 2000 г. уже была попытка организации биржевой торговли российскими hi-tech акциями. Российскими биржами разрабатывались проекты, получившие неофициальное название Российские «НАСДАКИ» [4]. На ММВБ был проект создания сектора «Высокие технологии» а на ФБ РТС свой специальный сектор для российских hi-tech-эмитентов сектор – «Новый рынок». Системы организации торгов на новых площадках должны были соответствовать зарубежному опыту построения рынков акций высокотехнологичных компаний. Интерес к подобным биржевым площадкам проявили многие отечественные hi-tech-компании, особенно связанные с интернет-бизнесом. К примеру, было заявлено о готовности к выведению на ММВБ таких проектов, как Co@Libri, Rambler и Lenta.Ru. Существовало мнение, что подобные схемы не способствуют созданию полноценного, долгосрочного рынка акций компаний «новой экономики». Не ясна была истинная заинтересованность в привлечении дополнительных финансовых средств через рынок акций российских высокотехнологичных акционерных обществ, имеющих реально доходный бизнес, еще в 2000 г., когда число компаний, имеющих достаточно ликвидный рынок акций, можно было пересчитать по пальцам. Картина высоколиквидных ценных бумаг пока несущественно изменилась, а проекты так и остались проектами.

Подводя итоги, можно сказать, что комиссионные за размещение и поддержание в котировальных списках на Фондовой Бирже ММВБ дешевле комиссионных, взимаемых ФБ РТС. Но пока, все-таки, несмотря на это по числу зарегистрированных эмитентов лидирует ФБ РТС. Но это можно объяснить тем, 4 из 5 зарегистрированных эмитентов – не относятся к сектору информационных технологий, а принадлежат промышленному сектору. Более того, акции этих четырех эмитентов были переведены из внебиржевой системы RTS Board на биржевой рынок, т.е. речь идет о вторичном рынке. А первое и пока еще единственное IPO на площадке RTS START, все-таки, остается за ОАО «АРМАДА» [6]. Создатели Сектора ИРК выразили несколько больше пожеланий к эмитентам, которых бы они хотели видеть, чем создатели сегмента RTS START. Таким образом, говорить о том, какой из представленных секторов: Сектор ИРК или Сектор RTS START лучше на данный момент времени – нельзя. Они преследуют общие цели, предъявляя схожие требования. И тому есть подтверждение – ОАО «АРМАДА» произвела одновременное IPO дополнительного выпуска и на ММВБ, и на РТС. Всего в рамках IPO АРМАДА выпустила 2 млн. обыкновенных акций, что составляет 20 % уставного капитала компании [7]. Из них 1,6 млн. акций размещены на РТС в сегменте RTS START, а 400 тыс. акций размещены на ММВБ в Секторе инновационных и растущих компаний. Исходя из того, что традиционно капитализация определяется, как произведение курса ценной бумаги на количество ценных бумаг в обращении, можно подсчитать, что 2 млн. обыкновенных акций при курсе в 380 руб. за акцию (цена размещения была определена советом директоров компании 31 июля 2007 г.) составили капитализацию ОАО «АРМАДА» в размере 760 млн. рублей. ОАО «Армада» – российская компания, предоставляющая услуги в области информационных технологий. ОАО «Армада» образовано путем выделения ИТ-бизнеса из группы компаний РосБизнесКонсалтинг в 2007 г, до этого компания вела деятельность под брендом «РБК СОФТ». В компании работает более 500 сотрудников. Клиентами являются государственные структуры и ведомства, крупные промышленные предприятия и коммерческие организации. Привлеченные средства планируется направить на приобретение новых активов в сфере информационных технологий и услуг. «Уже сегодня можно сказать, что размещение было успешным. Мы очень довольны результатами IPO, в ходе которого смогли привлечь необходимое для развития компании финансирование», – заявил председатель совета директоров ОАО «АРМАДА» Дмитрий Белик [8]. Акции этого дополнительного выпуска включены в котировальный

список «И» фондовой биржи ММВБ и обращаются в секторе инновационных и растущих компаний (ИРК). На РТС бумаги находятся также в котировальном списке «И» и обращаются в сегменте RTS START [7]. Таким образом, пока рано говорить о преимуществах какой-либо модели выбранной ведущими игроками сектора ИРК России.

1. Мазин Е. «Российская альтернатива» (№ 17 «Газета» от 31.01.2007). [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.rts.ru/?id=13448>
2. Астреина М. «Сектор ИРК: основные характеристики» № 8 (46) 2007 г. В фокусе. [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.micex.ru/off-line/indicatordocs/article_1018.pdf
3. RTS START/О проекте Ваше будущее зависит от того, каким был Ваш START. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.rts.ru/?id=13156>
4. Неверов Т. «Российские «НАСДАКИ» выходят на старт» Журнал «Валютный Спекулянт» Инвестор.RU, 9 (11) сентябрь 2000. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.spekulant.ru/magazine/review/?nid=11>
5. Новости 31.07.2007 Спрос на акции ОАО АРМАДА в рамках IPO в 9,5 раза превысил предложение (Источник: Quote.ru). [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://stocks.investfunds.ru/news/3494>
6. Новости RTS START. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.rts.ru/ru/newslst.html?ncat=14>
7. Новости RTS START 31.01.2007 «Интерфакс Бизнес Сервис» стал аккредитованным IR-агентством в RTS START. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.rts.ru/?id=13449>
8. Новости RTS START/В RTS START состоялось размещение акций дополнительного выпуска ОАО «АРМАДА». [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.rts.ru/?id=14783>

Борисова Л.И.

УЧЕТ ПО ЦЕНТРАМ ФИНАНСОВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ – ВАЖНЕЙШЕЕ ЗВЕНО СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Всероссийский заочный финансово-экономический институт (Орловский филиал)

Одной из важнейших задач развития управленческого учета в строительных организациях, на наш взгляд, является выделение центров финансовой ответственности. Без четкого понимания того, какие отделы и подразделения должны отвечать за те или иные задачи, без определения ответственных за бюджет невозможно внедрить оптимальный документооборот и поставить перед разработчиками программы управленческого учета задачу автоматизации тех или иных рабочих мест.

Учет по центрам ответственности является важнейшим звеном системы управленческого учета, без которого невозможно закрепление персональной ответственности за проводимые операции и показатели финансово-хозяйственной деятельности, а также осуществление действенного контроля результатов деятельности подразделений. Изучение объемов и структуры затрат по отдельным объектам и видам выполняемых работ, сопоставление их уровня с получаемой выручкой – как в целом, так и по отдельным видам – позволят выявить степень экономической полезности производства тех или иных работ, а также всей деятельности строительной организации. Наряду с этим важно обеспечить возможность сопоставления уровней затрат аналогичных работ в нескольких подразделениях строительной организации.

Проблема соотношения мест возникновения издержек производства, центров затрат и центров ответственности была подробно исследована отечественными специалистами. В начале 70-х гг. В.Б. Ивашкевич сформулировал идею об учете затрат по центрам ответственности. Она возникла из необходимости улучшения внутризаводского управления. В.Б. Ивашкевич рассматривает места издержек как совокупность первичных центров возникновения расходов в сфере производства. К местам расходов он относит производства, цехи, участки, отделы, к центрам затрат – группы оборудования, машины, рабочие места, а центр ответственности, как правило, охватывает несколько мест затрат и всегда предполагает необходимость учета не только издержек, но и объема производственной деятельно-

сти [2]. П.С. Безруких считает места возникновения самостоятельным объектом учета, так как издержки производства сначала должны группироваться по «местам возникновения расходов (по цехам и другим структурным подразделениям), а затем по объектам учета (фазам, переделам, стадиям и т.д.) и объектам калькулирования...» [1]. Б.И. Миненко и В.Д. Новодворский подчеркивают, что к объектам учета затрат относятся места возникновения, которыми являются производства, цехи, участки [4].

На наш взгляд, наиболее полное определение всем трем понятиям дал В.Ф. Палий, он пишет, что «в реальных условиях производства места возникновения отличаются от центров затрат четким местом в структуре предприятия... и представляют собой два самостоятельных объекта учета производственных затрат. Места возникновения затрат – это структурные подразделения предприятия... центры затрат – это первичные производственные и обслуживающие единицы, отмечающиеся единообразием функций и производственных операций... направленностью затрат. Центры ответственности – это группировка затрат на производство по хозрасчетным подразделениям и ответственным лицам» [5, 6].

Что касается центров ответственности, они в большей мере связаны с деятельностью руководителей и ответственных лиц по формированию издержек производства в системе управления предприятием. Об этом пишут В.Б. Ивашкевич и И.Г. Чумаченко [3]. Вместе с тем Р. Энтони и Дж. Рис отмечают, что каждое подразделение возглавляет менеджер, который отвечает за его деятельность; поэтому каждое подразделение можно назвать центром ответственности [7].

Обобщая вышесказанное, сделаем вывод о том, что основным объектом управленческого учета являются места возникновения затрат производства, в основе которых лежат сферы деятельности предприятия, а центры затрат и центры ответственности выступают как дополнительные группировки первых для повышения аналитичности учетной информации. При этом центры ответственности «ограничиваются кругом деятельности» ответственного лица или руководителя, которые должны отвечать за расходование ресурсов на предприятии, это усиливает контрольные функции управленческого учета.

Как показало проведенное исследование, учет затрат по местам их возникновения и центрам ответственности не ведется строительными организациями, что снижает контрольные функции и аналитичность формируемой учетной информации.

Учет затрат строительного производства организован лишь по строительным участкам (объектам) без детализации по местам возникновения затрат и центрам ответственности. Это приводит к обезличиванию затрат, не позволяет реализовать контрольные функции учета, снижает возможности использования учетной информации для управления затратами.

Многообразие сложившихся организационных структур управления строительством, обусловленное различием в структуре рынка подрядных работ, избранными направлениями диверсификации деятельности строительных организаций препятствует выделению типовых центров ответственности, единых для любой организации, однако существует возможность ориентации на типовые подходы.

В экономической литературе в систематизированном виде выделяются следующие требования к установлению центров финансовой ответственности, которые применимы, в частности, и к строительным предприятиям [3]:

- в каждом центре должны быть определены показатели для измерения объема деятельности и база для распределения затрат;
- в каждом центре должен быть ответственный за результаты;
- степень детализации центров должна быть достаточной для аналитической работы, но не избыточной, затрудняющей организацию учета и анализа;
- на центры затрат желательно относить только прямые затраты без учета общехозяйственных расходов;
- необходимо учитывать социально-психологические факторы.

Цель учета по центрам ответственности состоит в обобщении данных о затратах по каждому

центру так, чтобы возникающие отклонения от нормативных или плановых затрат можно было отнести на конкретного руководителя.

Поскольку формируемая нами система управленческого учета должна охватить управление всеми затратами, необходимо для каждой статьи или группы затрат идентифицировать тот центр ответственности, в котором данные виды затрат будут контролируемыми.

Центры ответственности необходимо распределить так, чтобы каждый нижний уровень управления строительной организации был подотчетен верхнему, а совокупность линий ответственности представляла иерархическую структуру соподчинения. Центры ответственности должны быть связаны между собой линиями ответственности и обеспечены необходимой информационной инфраструктурой. Основой формирования центров ответственности должна стать организационная структура управления строительной организацией, каждый ЦФО при этом может включать в себя одно или несколько структурных подразделений.

Предложенная нами организация управленческого учета затрат по центрам финансовой ответственности для строительного предприятия изображена на рис. 1.

Подобное структурирование строительной организации позволит определить объем полномочий и установить ответственность руководителя каждого ЦФО за те показатели, которые им могут контролироваться.



Рис. 1. Организация управленческого учета затрат по центрам финансовой ответственности

Предложенная нами организация управленческого учета затрат по центрам финансовой ответственности характеризуется следующими центрами затрат: административно-хозяйственный отдел, сметно-договорной, планово-финансовый отдел, вспомогательные производства, бухгалтерия, отдел кадров, склад и отдел технического контроля. В указанных структурных подразделениях имеется возможность организовать нормирование, планирование и учет издержек производства с целью наблюдения, контроля и управления затратами производственных ресурсов, а также оценки эффективного их использования. При этом целесообразно классифицировать затратные центры на центры нормативных (например, вспомогательные производства) и управленческих затрат (например, административно-хозяйственный отдел). Для центра нормативных (регулируемых) затрат следует установить зависимость между величиной затрат и объемом деятельности, где менеджер будет отвечать прежде всего за минимизацию удельных затрат.

Исходя из того, что центр доходов должен нести ответственность лишь за получение доходов, контролировать и оказывать воздействие на объем продаж и цены, на наш взгляд, центром доходов следует признать отдел маркетинга, в котором возможна фиксация результатов центра ответственности на выходе.

Учитывая специфику строительного производства, к центру прибыли мы предлагаем отнести строительный отдел организации. Руководитель этого подразделения способен контролировать как доходы, так и затраты двух участков (производство общестроительных и спецмонтажных работ) на строящихся объектах. Критерием оценки деятельности указанных подразделений станет размер полученной прибыли.

Центр инвестиций – подразделение (сегмент), результаты которого определяются по соотношению финансового результата с инвестициями в его активы. Это центр ответственности самого высокого уровня в данной классификации, руководитель которого наделен полномочиями принятия решений не только по затратам и доходам, но и капитальным вложениям. Кроме того, центрами инвестиций могут стать подразделения, внедряющие новые виды бизнеса или инновационные проекты, которые могут не являться самокупаемыми и финансироваться из бюджета компании. Учитывая последнее обстоятельство, предлагаем к центру инвестиций отнести отдел капитального строительства, на руководителя которого следует возложить ответственность за выполнение плана инвестиций. Целью выделенного подразделения должно стать не только получение прибыли, но и достижение рентабельности вложенного капитала, доходности инвестиций, способствующих увеличению собственного капитала строительных компаний. Это позволит повысить эффективность инвестиций, проводить инвестиционный анализ.

Ответственные лица по предлагаемым ЦФО должны быть назначены руководителем организации. Организацию учета по центрам финансовой ответственности (ЦФО) следует разделить на следующие этапы:

- персонификация регистрируемых в управленческом учете финансовых и нефинансовых показателей;
- бюджеты и обеспечение регистрации финансовой информации о деятельности ЦФО на счетах управленческого учета;
- выбор метода калькулирования себестоимости строительно-монтажных работ и распределение косвенных затрат;
- соблюдение оптимальной степени детализации учитываемых по центру показателей, которая должна быть достаточной для анализа, но не избыточной, для избежания излишней трудоемкости учета;
- установление для каждого центра ответственности форм внутренней отчетности.

В схематичном виде основные этапы организации учета по центрам финансовой ответственности отражены на рисунке 2.

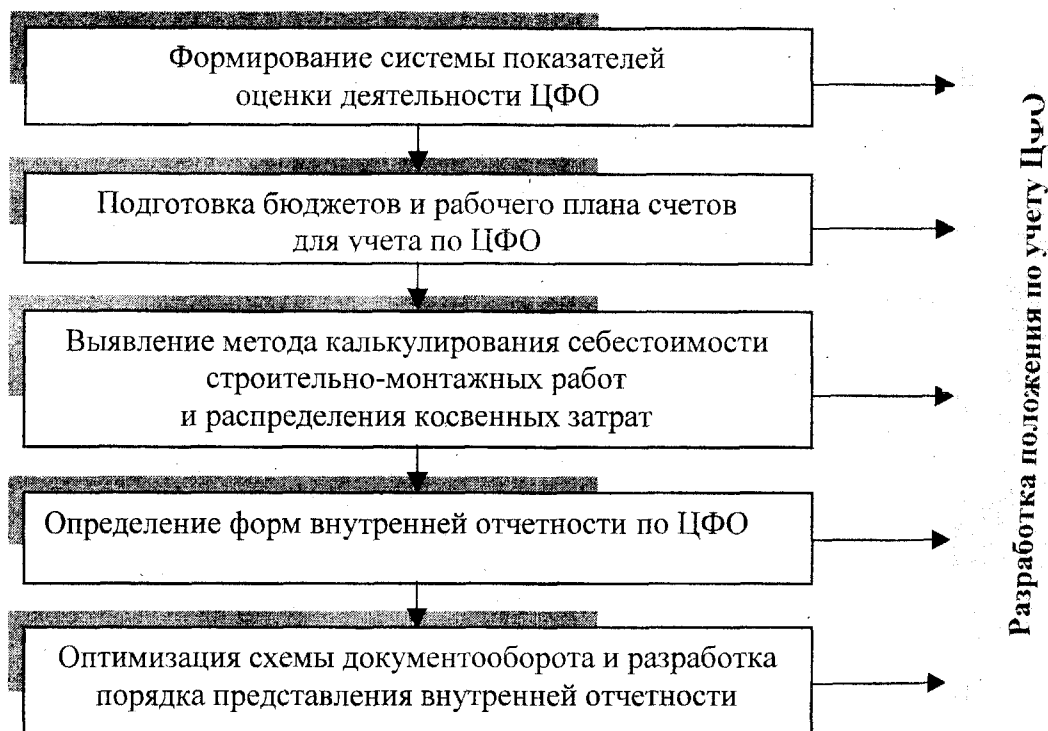


Рис. 2. Последовательность организации учета по центрам финансовой ответственности

Как следует из рисунка 2 постановка учета по ЦФО должна начинаться с определения системы показателей оценки деятельности центров ответственности, подлежащих планированию и отражению в учете и отчетности. При этом система показателей должна охватывать не только область тактического управленческого учета, но и стратегического, что позволит обеспечить контроль достижения плановых параметров на различных стадиях строительного производства.

Подводя итог вышесказанному, можно заключить, что в настоящее время менеджмент организации должен быть основан на совершенной информационной базе управленческого учета строительных затрат, направленной на их регулирование по центрам финансовой ответственности и местам возникновения.

1. Безруких П.С. Учет и калькулирование себестоимости продукции. М.: Финансы, 1974. 320 с.
2. Ивашкевич В.Б. Организация управленческого учета по центрам ответственности и местам формирования затрат // Бухгалтерский учет. 2000. № 5. С. 17-22.
3. Ивашкевич В.Б. Бухгалтерский управленческий учет: Учеб. для вузов. М.: Экономика, 2006. 618 с.
4. Миненко Б.И., Новодворский В.Д. Калькулирование продукции заготовительных производств в машиностроении. М.: Машиностроение, 1982. 184 с.
5. Палий В.Ф. Организация управленческого учета. М., 2003. 366 с.
6. Палий В.Ф. Развитие методологии управленческого учета // Бухгалтерский учет. 2004. № 12. С. 45-51.
7. Энтони Р., Рис Дж. Учет: ситуации и примеры / Пер с англ.; Под ред. и с пред. А.М. Петрачкова. М.: Финансы и статистика, 1993. 560 с.

Ответственные за выпуск:

**В.Г. Садков,
Д.В. Аронов**

Известия ОрелГТУ.

**Социально-экономические и гуманитарные науки.
Управление, экономика, право, проблемы образования
№ 1-2 203/541. 2008. 228 с.**

Технический редактор
Компьютерная верстка
Корректор

П.Н. Машегов
Д.В. Аронов
С.В. Ларина

Зарегистрировано в Министерстве РФ по делам печати,
Телерадиовещания и средств массовой информации
Свидетельство: *ПИ № 77-15496 от 20 мая 2003 года*

Лицензия № ИД 00670 от 05.01.2000

Подписано в печать 20.05.2008

Формат 69x90/8. Бумага офсетная. Печать ризография.
Гарнитура «Таймс». Уч.изд.л. 17,8 Тираж 500 экз.

Заказ № 72/08 СИИ

Отпечатано с готового оригинал-макета
в ООО «СтройИндустрияИнвест»
302020, г. Орел, Наугорское шоссе, 29.