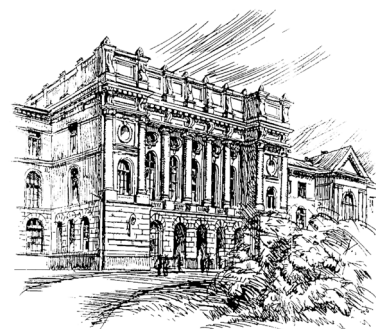


3–2 (58)/2008



Научно-технические ведомости СПбГПУ

Экономические науки
Том 2

Санкт-Петербург. Издательство Политехнического университета

Федеральное агентство по образованию
Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Редакционная коллегия

Главный редактор

Васильев Юрий Сергеевич

академик РАН, доктор технических наук,
профессор, президент СПбГПУ,
заслуженный деятель науки и техники РФ

Зам. гл. редактора

Рудской Андрей Иванович

доктор технических наук, профессор,
первый проректор СПбГПУ

Зам. гл. редактора

Бабкин Александр Васильевич

доктор экономических наук, профессор,
директор научно-исследовательского
комплекса СПбГПУ

Зам. гл. редактора

Горюнов Юрий Павлович

кандидат технических наук, профессор,
заслуженный работник культуры РФ,
член Союза журналистов Санкт-Петербурга

Ответственный секретарь

Екимова Маргарита Матвеевна

кандидат технических наук, доцент

Перепечатка материалов, опубликованных
в нашем журнале, приветствуется. Ссылка
на авторов цитируемых и перепечатываемых
статей и на журнал “Научно-технические ве-
домости СПбГПУ” обязательна.

Журнал включен в “Перечень ведущих
рецензируемых научных журналов и изданий,
в которых должны быть опубликованы основ-
ные научные результаты диссертаций на со-
искание ученой степени доктора и кандидата
наук”.

Подписной индекс **18390** в каталоге “Газеты.
Журналы” ОАО Агентства “Роспечать”.

Члены редколлегии

Арсеньев Дмитрий Германович

доктор технических наук, профессор,
первый проректор СПбГПУ

Башкарев Альберт Яковлевич

доктор технических наук, профессор,
директор инновационно-инвестиционного
комплекса СПбГПУ

Боронин Виталий Николаевич

доктор технических наук, профессор,
заслуженный деятель науки РФ

Глухов Владимир Викторович

доктор экономических наук, профессор,
проректор СПбГПУ,
заслуженный деятель науки РФ

Дегтярева Раиса Васильевна

доктор исторических наук, профессор,
ученый секретарь Ученого совета СПбГПУ,
заслуженный работник высшей школы РФ

Иванов Александр Васильевич

доктор технических наук,
начальник Управления
информационных ресурсов СПбГПУ

Ильин Владимир Иванович

доктор физико-математических наук,
профессор, заслуженный работник высшей
школы РФ

Козлов Владимир Николаевич

доктор технических наук,
профессор, проректор СПбГПУ по УМО,
заслуженный работник высшей школы РФ

Кузнецов Дмитрий Иванович

кандидат технических наук,
доктор философских наук,
член Союза писателей России

Лопота Виталий Александрович

чл.-кор. РАН, доктор технических наук,
профессор, президент и генеральный
конструктор РКК “Энергия”, директор –
главный конструктор ЦНИИ РТК,
заслуженный деятель науки РФ

Федотов Александр Васильевич

доктор экономических наук, профессор,
научный руководитель
Института государственного управления
и информатизации

СОДЕРЖАНИЕ

Теоретические основы экономики и управления

Гурнович Т.Г., Мараховский А.С., Торопцев Е.Л. Методика агрегирования динамической модели межотраслевого баланса при анализе экономических систем	9
Музалевский А.А., Яйли Е.А. Концепция риска как инструмент управления хозяйственной деятельностью человека	13
Иванова М. А. Особенности развития и оценки нематериальных активов как фактора экономического роста	20
Крамарев А.Н. Проблемы координации потребительского рынка на современном этапе	26

Региональная и отраслевая экономика

Николова Л.В. Обоснование применимости модели Солоу при формировании модели инновационного комплекса региона	33
Щербинин А. В. Факторы повышения инвестиционной привлекательности региона	36
Бойкова Ю.М. Концептуальные подходы к формированию системы контроллинга в торговле	41
Милащенко Г.С. Приоритетные направления инвестиций в аграрный сектор экономики	46
Матвеев А.И. Механизмы организационно-экономического функционирования регионального продовольственного рынка	53
Жулева О. И. О проблемах интеграции добывающего и перерабатывающего секторов российской рыбной промышленности	57
Парамонова Г.П., Потапова Н.С. Влияние монополизации рынка нефтепродуктов на региональный валовой продукт	61
Абржина Л.Л. Оценка эколого-экономической эффективности применения присадок к топливам	66

Экономика и менеджмент предприятия

Кобзев В.В. Организационные основы адаптации производства к изменениям спроса	73
Лопатин М.В., Потемкин В.К. Управленческий потенциал современных предприятий	78
Юрьев В.Н. Теоретико-организационные аспекты информатизации промышленного предприятия	86
Ситникова Л.В., Бастрикова О.И. Лицензирование как «мягкий» способ интеграции экономических субъектов	94
Тарасова А. С. Комплексный подход к обеспечению устойчивости функционирования и развития оптовой генерирующей компании	104
Синельников В.А., Харченко О.Н. Реализация модульного принципа при формировании внутренней отчетности корпорации	107
Тихомиров Д.В. Анализ мотивов организаций при международных слияниях и поглощениях в несовершенной рыночной структуре	113

Мисаков А.В., Абдулкадырова М.А., Басаев И.Б. Оценка состояния аналитической работы на предприятиях АПК	117
--	-----

Лопатин М.В. Контроллинг процессов влияния управленческого труда на эффективность деятельности предприятия	121
---	-----

Инновации и инвестиции

Волкова И.О. Концепция формирования портфеля инвестиционных проектов в системе управления активами электросетевых компаний	127
---	-----

Игнатьев Н.М., Афоничкина Е.А. Формирование рациональной структуры корпоративного инвестиционного портфеля	131
---	-----

Макаров В.М., Артюгина И.М., Мошкалёв Д.С. Основы комплексной оценки эффективности проектов продления срока эксплуатации энергоблоков АЭС	134
--	-----

Малый В.Г., Литовченко В.В. Отбор стратегических факторов как объектов управления при формировании инвестиционной стратегии предприятия	139
--	-----

Шкорубская С.А. Вклад технологических и организационных инноваций в повышение рыночной стоимости предприятия	144
---	-----

Финансы, налоги и бухгалтерский учет

Клочкова Н.В., Иванова О.Е. Основы оценки стоимости распределительных сетевых компаний	149
---	-----

Кох Л.В. Оценка восприятия интернет-банкинга клиентами и топ-менеджерами банка	155
---	-----

Макашина О.В. Анализ и особенности бюджетирования по результату	161
--	-----

Сытников Д.А. Вступление России в ВТО и формирование кредитной политики коммерческого банка	165
--	-----

Королев В.А., Галстян А.Ш., Шиянова А.А. Оценка финансовых результатов деятельности страховых компаний и анализ направлений стабилизации работы системы автострахования	172
--	-----

Предпринимательство и маркетинг

Мурашова С. В. Проблемы адаптации традиционного бизнеса к новой информационной среде	177
---	-----

Теселкин А.Ю. Государственное регулирование малого предпринимательства в сфере интернет-торговли	182
---	-----

Юдникова Е.С. Государственная политика в отношении конкуренции в торговле	186
--	-----

Косинова Е. А., Тарасенко Н. В. Развитие предпринимательства в туристско-рекреационном секторе (на примере кавказских минеральных вод)	191
---	-----

Костяев Р.А. Проблемы использования сети интернет для обеспечения конкурентоспособности компаний	196
---	-----

Косенко С. Г. Оценка конкурентных позиций отечественных компаний на рынке парфюмерно-косметических товаров	202
---	-----

Борщёв Е.Г., Миролубов А.А. Анализ использования информационно-коммуникационных технологий в деятельности российских предприятий	207
---	-----

Экономико-математические методы и модели

Чамаев Ш.З., Мелехин А.В. Инструментарий адаптивного управления экономическими объектами	213
---	-----



Цымбаленко О. С., Цымбаленко С. В., Шепель О. В. Модель рыночной стоимости недвижимости на примере муниципальных образований.....	220
--	------------

Экономика и управление в образовании

Субанова О.С. Целевой капитал как механизм укрепления финансовой устойчивости вуза	226
---	------------

Лысов О.Е. Проблемы повышения эффективности обучения студентов.....	233
--	------------

Варламов Г.В. Инновационные международные образовательные программы как фактор развития человеческого капитала	237
---	------------

Конференции

Инновационная экономика и промышленная политика региона (ЭКОПРОМ-2008)	242
---	------------

Наука и инновации в технических университетах.....	243
---	------------

CONTENTS

Theoretical bases of economy and management

Gurnovich T.G., Marakhovsky A.S., Toroptsev E.L. Technique of aggregation dynamic model of interbranch balance at the analysis of economic systems	9
Muzalevsky A.A., Yaley E.A. Conception of risk for economic activity management	13
Ivanova M.A. Features of development and the estimation of non-material actives as factor of economic growth	20
Kramarev A.N. Today problems of consumer market coordinate mechanism	26

Regional and branch economy

Nikolova L.V. Substantiation of application of model Solowe at formation of model of the innovative complex of region	33
Scherbinin A.B. Century factors of increase of investment appeal of region	36
Boikova Ju. M. Concept approaches to controlling system in trade	41
Milaschenko G.S. Priority directions of investments into agrarian sector of economy	46
Matveev A.I. Gearing machinery for the organization and economic functions of the regional ration market.....	53
Zhuleva O.I. About problems of integration of extracting and processing sectors of the russian fishing industry.....	57
Paramonova G.P, Potapova N.S. Influence of monopolisation of the market of mineral oil on a regional total product.....	61
Abzhina L.L. The value of fuel additives ecological-economic effectiveness	66

Economy and management of the enterprise

Kobzev V.V. The organizational bases of a production's demand-driven adaptation.....	73
Lopatin M.V., Potemkin V.K. Management potential of modern enterprises.....	78
Yurev V.N. Theoretical organizational aspects of informatization of the industrial enterprise	86
Sitnikova L.V., Bastrikova O.I. Licensing as a 'soft' method of integration.....	94
Tarasova A.S. Complex financial-economic method for providing stability of an energetic company functioning and developing.....	104
Sinelnikov V.A., Harchenko O.N. Realization of the module principle of internal reporting of the corporation.....	107
Tikhomirov D.V. The analysis of motives of the organizations at the international merges and absorption in imperfect market structure	113
Misakov A.V., Abdulkadyrova M.A., Basaev I.B. Quantitative estimation of a condition of analytical work.....	117

Lopatin M.V. Controlling of the processes of the management influence on the enterprise activity effectiveness.....	121
--	-----

Innovations and investments

Volkova I.O. Conception of investment project portfolio creation in network company's asset management system	127
Ignatjev N.M., Afonichkina E.A. The formation of rational structure of a corporate investment portfolio.....	131
Makarov V.M., Artyugina I.M., Moshkalev D.S. The basis of comprehensive economic evaluation of nuclear power plant lifetime extension projects.....	134
Malyy V. G., Litovchenko V.V. Selection of the strategic factors as control objects during the developing the investment strategy	139
Shkorubskaya C.A. The contribution of technological and organizational innovations to increase of market cost of the enterprise	144

The finance, taxes and book keeping

Klochkova N.V., Ivanova O.E. Bases of estimation of cost of the distributive network companies	149
Kokh L.V. Diffusion assessment of internet- banking by clients and top-management.....	155
Makashina O.V. Concept of results-oriented budgeting	161
Sytnikov D.A. The introduction of Russia into the WTO and formation of the credit policy of commercial bank	165
Korolev V.A., Galstyan A.Sh., Shiyanova A.A. The estimation of financial results of the insurance companies and the analysis of the stabilization directions in the system of autoinsurance	172

Business and marketing

Murashova S.V. The problems of adaptation of traditional business to interactivity and new information environment	177
Teselkin A.U. State regulation of small business in the internet trade.....	182
Yudnikowa E. S. The state policy of competition regulation in commerce.....	186
Kosinova E.A., Tarasenko N. V. Business development in turistsko-recreational sector (on materials of the Caucasian mineral waters)	191
Kostjaev R. A. Problems of use of the network the internet for maintenance of competitiveness of the companies	196
Kosenko S.G. Assessing the competitive positions of domestic perfume-cosmetics companies	202
Borshchev E.G., Mirolyubov A.A. The analysis of use of information-communication technologies in activity of the russian enterprises	207

Economic-mathematical methods and models

Chamaev S.Z., Melehin A.B. Toolkit of adaptive management of economic objects	213
Tsybalenko O. S., Tsybalenko S. V., Shepel O. V. Model of market cost of the real estate on the example of municipal formations	220

Economy and management in formation

Subanova O. S. Tselevoy the target capital as the mechanism of strengthening of financial stability of university	226
Lysov O. E. Problems of increase of the learning efficiency of students	233
Varlamov G.V. Innovative international educational programmes as a factor for human capital development.....	237

Conferences

<i>Innovative economy and the industrial policy of region (ECOPROM-2008)</i>	242
<i>The Science and innovations at technical universities</i>	243

Гурнович Т.Г., Мараховский А.С., Торопцев Е.Л.

МЕТОДИКА АГРЕГИРОВАНИЯ ДИНАМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ МЕЖОТРАСЛЕВОГО БАЛАНСА ПРИ АНАЛИЗЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Расчеты показателей устойчивости, оценку и оптимизацию динамических свойств сложных экономических систем можно, как показано в работах [1–5], проводить на базе динамической межотраслевой модели (МОБ) в виде системы обыкновенных дифференциальных уравнений вида [6]:

$$(I - A)X(t) - B\dot{X}(t) = Y(t), \quad (1)$$

где $B\dot{X}(t)$ – скорость накопления и свертывания всех видов “капитала” в их взаимосвязи с изменениями скоростей выпуска $\dot{X}$ всех отраслей. Анализ устойчивости и темпов экономического роста (или спада) проводится по собственным числам и векторам матрицы замкнутой по потреблению модели (1), приведенной к нормальной форме Коши

$$\dot{X}(t) = GX(t). \quad (2)$$

В [3] предложен эффективный метод такого приведения для случая вырожденной матрицы капитальных коэффициентов B .

Естественным представляется желание исследователя первоначально иметь для анализа и управления экономической динамикой математическую модель максимально возможной размерности, детально составленную по статистическим данным, а при необходимости прибегать к различным процедурам агрегирования. Однако, при этом надо иметь в виду, что различные варианты сведения частных показателей в обобщенные обязательно приведут к утрате информации и искажению представления о динамических свойствах экономики. Нами установлено, что непосредственное понижение дифференциального порядка исходной модели приводит не только к упрощению, но и вносит существенную погрешность в определение собственных чисел. Таким образом, свойства целостности, проявляемые современными макроэкономическими системами, не позволяют использовать заведомо упрощенные модели для оценки динамических свойств и управления ими.

Излагаемый ниже подход к построению упрощенных моделей для решения задач устойчивости носит достаточно формализованный характер и предполагает первоначальное использование максимально полного математического описания экономической системы. Основой для эквивалентирования служит оценка коэффициентов чувствительности собственных значений λ_i (корней характеристического уравнения) матрицы G системы (2) от варьируемых параметров конечного спроса y_i . Упрощение математической модели выполняется за счет исключения составляющих движения, представленных экспонентами $e^{\lambda_i t}$ и слабо зависящих от параметров конечного спроса. При этом само исключение не тривиально, поскольку прямая связь исключаемых корней и отвечающих им составляющих движения с параметрами и уравнениями системы отсутствует.

Суть решаемой задачи заключается в следующем. Положим, что уравнения динамического межотраслевого баланса после приведения к нормальной форме имеют вид:

$$\frac{dX}{dt} = G(y_1, y_2, \dots, y_m) X, \quad (3)$$

где $G(y_1, y_2, \dots, y_m)$ – матрица коэффициентов системы, элементы которой зависят от варьируемых параметров $y_1, y_2, \dots, y_m$. Структура динамической модели МОБ обеспечивает линейное вхождение варьируемых параметров в матрицу G системы (2) и (3). Поэтому ее можно представить следующим образом

$$\frac{dX}{dt} = G_0 X + \left(\sum_{l=1}^m y_l H_l \right) X, \quad (4)$$

где G_0 – матрица коэффициентов при нулевых значениях y_i ; H_l – постоянные слабозаполненные матрицы (если m невелико по сравнению с размерностью балансовой модели).

Выбор коэффициентов y_i осуществляется с целью изменения вещественных частей собственных значений матрицы G_0 в (4) в направлении улучшения динамических свойств системы. Последнее предполагает смещение влево в комплексной

плоскости комплексно-сопряженных пар корней для демпфирования колебательных составляющих движения, обуславливающих возникновение деловых циклов, и одновременное смещение вправо вещественных корней для увеличения степени экономического роста. Описанное управление реализуется минимизацией методами численного поиска функции качества:

$$F = \sum_{\substack{\lambda_i \leq \lambda_0 \\ \omega_i = 0}} (\lambda_0 - \lambda_i)^v + \sum_{\substack{\alpha_i \leq \alpha_0 \\ \omega_i \neq 0}} (\alpha_0 - \alpha_i)^v,$$

где λ_0 – заданная величина степени экономического роста; λ_i – вещественные корни характеристического уравнения; α_0 – заданный показатель демпфирования колебательных составляющих; α_i – вещественные части комплексных корней, взятые с обратным знаком; v – показатель степени.

Как уже отмечалось, исходную систему уравнений перед началом процесса поиска целесообразно упростить, устраняя те собственные значения матрицы G_0 , которые слабо зависят от вариации y_i . Естественно, что принятое упрощение должно быть справедливым при варьировании произвольного числа параметров y_i во всем диапазоне их допустимых значений.

Важно подчеркнуть, что исключаемые собственные значения могут быть соизмеримы с характеристическими корнями упрощенной модели как по вещественным, так и по мнимым частям. Такая постановка задачи эквивалентирования качественно отличается от традиционных приемов упрощения, связанных с принятым в экономике агрегированием, либо с математическим методом малого параметра или с методами, подразумевающими разделение движений по скоростям их протекания на быстрые и медленные. Очевидно, что с повышением размерности системы эффективность предлагаемого подхода возрастает.

Исключение слабоуправляемых составляющих движения и получение упрощенной модели может быть проведено по следующей схеме. Исключительно для большей ясности изложения будем полагать, что матрица G_0 имеет простую структуру, то есть количество различных собственных векторов совпадает с размерностью системы n . Тогда выполнив замену переменных в системе (4)

$$X = U \cdot Z,$$

где U – матрица преобразования, столбцами которой являются собственные векторы матрицы G_0 , преобразуем исходные уравнения к виду

$$\frac{dZ}{dt} = \left(D + \sum_{l=1}^m y_l P_l \right) Z, \quad (5)$$

где $D = U^{-1} G_0 U = \text{diag}(\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n)$ – диагональная матрица; λ_i – собственные значения G_0 ; $P_l = U^{-1} H_l U$.

Для того, чтобы избежать операций с комплексными числами, матрицу D в (5) можно сделать блочно-диагональной с диагональными клетками первого и второго порядков. Тогда вещественному значению y_i отвечает i -й столбец матрицы U , равный собственному вектору u_i , а комплексно-сопряженная пара $y_{i,i+1} = \alpha_i \pm j\omega_i$ с соответствующими собственными векторами $u_{i,i+1} = \eta_i \pm j\xi_i$ порождает диагональную клетку D_i второго порядка в матрице D

$$D_i = \begin{pmatrix} \alpha_i - \omega_i & \\ \omega_i & \alpha_i \end{pmatrix}.$$

При этом i -й столбец U равен η , а $(i+1)$ -й столбец $(-\xi)$. Исходная задача желаемых изменений собственных значений матрицы G за счет варьирования элементов y_p таким образом, свелась к управлению спектром подобной ей матрицы

$$W = D + \sum_{l=1}^m y_l P_l.$$

Чувствительность i -го собственного значения матрицы G к варьированию y_l относительно нулевого значения в первом приближении может быть оценена производной $\partial \lambda_i / \partial y_p$, определяемой по формуле:

$$\frac{\partial \lambda_i}{\partial y_l} = \frac{v_i^T H_l u_i}{v_i^T u_i}, \quad (6)$$

где u_i , v_i – собственные векторы матриц G_0 и G_0^T соответственно, отвечающие λ_i .

Матрицу H_l удобно использовать не только для оценки изменения вещественных частей собственных значений матриц D и G_0 , но и для проведения последующего упрощения. Слабоуправляемые и неуправляемые корни характеристического уравнения обладают малыми по модулю производными (6), и характеризующие их строки и столбцы матриц D и P_l после оценки производных по параметру y_l для всех собственных значений могут быть исключены. Последующий согласованный выбор элементов вектора варьлируемых параметров проводится уже на основе упрощенной системы (5) значительно меньшей размерности.

Таким образом, изложенный аппарат позволяет не только количественно оценить степень избыточности математического описания по от-

ношению к решаемой задаче, но и рационально упростить его без искажения свойств основных составляющих движения.

Проиллюстрируем сказанное на примере оп-ределения совокупности элементов вектора $Y(t)$ динамической модели МОБ, состоящей из 45-ти дифференциальных уравнений. Модель была получена нами на основе данных [7] путем дезаг-регирования представленной там 22-х отраслевой экономики России.

В настоящей работе мы привели в качестве результатов расчетов только комплексно-сопряжен-ные пары собственных значений, имея в виду зада-чу сглаживания негативного влияния на экономику циклов деловой активности. Так первый столбец таблицы 1 содержит некоторые собственные числа матрицы состояния замкнутой модели, вычислен-ные при исходных значениях y_i . Видно, что степень колебательной устойчивости рассматриваемой экономики низка и составляет $\alpha_m = 0,02$. Анали-зируемые y_i являются наиболее чувствительными к изменению 8-ми из 45-ти параметров конечного потребления и составляют доминирующую груп-пу корней, определяющих экономические циклы системы. В других столбцах таблицы представле-ны коэффициенты чувствительности $\text{Re}(\partial \lambda_i / \partial y_j)$ к значениям выбранных параметров y_j .

Представленные расчеты позволяют сделать следующие выводы.

Во-первых, для управления крайней правой парой собственных чисел с вещественной частью $\alpha = -0,02$ целесообразно управление потреблением из отраслей с номерами 6, 7, 8, так как чувстви-тельность этих корней к параметрам y_6, y_7, y_8 , наиболее высока.

Во-вторых, различные знаки коэффициентов чувствительности у первых двух пар корней и третьей пары по отношению, например, к y_7 , и y_8 , предсказывают конфликтное (встречное) дви-жение этих корней в комплексной плоскости при вариации y_7, y_8 . Такой конфликт ограничивает рост степени устойчивости.

На основе изложенной методики слабоуправ-ляемые и неуправляемые при вариации y_6, y_7, y_8 пары корней были исключены. При этом порядок матрицы состояния системы понизился с 45 до 18, а общее время получения оптимального конечного спроса сократилось более чем в 10 раз. Ближай-шие к мнимой оси корни характеристического уравнения упрощенной модели приведены для оп-тимальных значений варьируемых параметров во втором столбце табл. 2. В результате оптимизации удалось с точки зрения колебательной устойчи-вости улучшить расположение первых двух пар корней. Слабоуправляемыми оказались четвертая, восьмая, девятая и десятая пары. Они не учиты-вались при оптимизации. Подтвердился прогноз о встречном движении пар корней с разными зна-ками у коэффициентов чувствительности. Третий столбец табл. 3.5. содержит собственные числа матрицы состояния 45-го порядка, вычисленные с тем же вектором конечного спроса, что и второй столбец. Это позволяет подтвердить правильность отражения упрощенной моделью свойств хорошо управляемых корней, определяющих динамику системных колебаний с приемлемой точностью.

Полученные результаты свидетельствуют о возможности существенного сокращения време-ни расчетов при последовательной координации конечного спроса, когда оптимизируется потребе-

Таблица 1

Показатели чувствительности собственных значений к параметрам управления

№ п.п	λ_i	Чувствительность y_i к коэффициентам регулирования							
		y_1	y_2	y_3	y_4	y_5	y_6	y_7	y_8
1	$-0,02 \pm j 2,9$	0,03	-0,04	-0,00	-0,01	0,02	-0,09	-0,15	-0,17
2	$-0,12 \pm j 3,2$	-0,01	-0,06	0,00	-0,01	0,00	-0,23	-0,09	-0,33
3	$-0,26 \pm j 4,1$	0,00	0,00	-0,01	0,02	0,06	-0,24	0,14	0,17
4	$-0,28 \pm j 5,4$	0,06	0,02	0,02	0,01	0,03	0,00	-0,03	-0,01
5	$-0,43 \pm j 5,6$	0,00	0,01	0,00	0,05	-0,39	-0,05	-0,11	-0,03
6	$-1,12 \pm j 6,1$	0,00	0,03	-0,04	-0,10	-0,06	0,10	0,44	3,35
7	$-3,52 \pm j 7,5$	0,00	-0,01	0,09	0,33	0,19	2,08	-0,12	0,24
8	$-5,39 \pm j 8,2$	0,06	0,00	0,05	-0,01	0,00	0,04	0,00	0,00
9	$-6,12 \pm j 3,9$	0,15	-0,08	0,00	0,01	0,09	0,04	0,00	0,00
10	$-6,39 \pm j 2,2$	0,00	-0,02	-0,02	0,40	0,05	-0,31	0,00	0,00

Таблица 2

Результаты расчетов по оптимизации

№ п/п	Корни при исходных y_6, y_7, y_8	Корни упрощенной системы после оптимизации	Корни полной системы после оптимизации
1	$-0,02 \pm j 2,9$	$-0,19 \pm j 3,0$	$-0,20 \pm j 3,0$
2	$-0,12 \pm j 3,2$	$-0,20 \pm j 3,4$	$-0,20 \pm j 3,3$
3	$-0,26 \pm j 4,1$	$-0,20 \pm j 4,1$	$-0,19 \pm j 4,1$
4	$-0,28 \pm j 5,4$	–	$-0,29 \pm j 5,4$
5	$-0,43 \pm j 5,6$	$-0,45 \pm j 5,6$	$-0,44 \pm j 5,6$
6	$-1,12 \pm j 2,9$	$-0,79 \pm j 6,1$	$-0,80 \pm j 6,1$
7	$-3,52 \pm j 7,5$	$-3,30 \pm j 7,4$	$-3,34 \pm j 7,4$
8	$-5,39 \pm j 8,2$	–	$-5,38 \pm j 2,9$
9	$-6,12 \pm j 3,9$	–	$-6,10 \pm j 3,9$
10	$-6,32 \pm j 2,2$	–	$-6,32 \pm j 2,2$

ние сначала от одной-двух отраслей или секторов экономики, затем от других и т.д. Анализ коэффициентов чувствительности собственных чисел матрицы системы при фиксированных y_6, y_7, y_8 , которым соответствуют данные третьего столбца табл. 3.5, для увеличения степени устойчивости заставляет обратиться к y_1, y_2, y_3 , как к наиболее эффективным для решения этой задачи. Результаты численного поиска y_1, y_2, y_3 стала степень колебательной устойчивости $\alpha_m = 0,31$. Одновременная координация спроса по 10-ти параметрам позволила обеспечить $\alpha_m = 0,45$.

Представляет интерес зависимость эффективности применяемой процедуры упрощения математического описания от того, потребление из каких отраслей регулируется для улучшения демпферных свойств системы. Естественно, что использование для проведения этих исследований полностью реальных, а не «доработанных нами» данных для матриц коэффициентов прямых затрат и капитальных коэффициентов существенно обогатило бы результаты и научные выводы, позволило бы решать задачи прикладного характера. Данные, содержащиеся в таблице 3, имеют чисто

теоретическое значение и позволяют ответить на вопрос о существовании обсуждаемой зависимости.

Переменная N из таблицы означает количество дифференциальных уравнений, остающихся в модели после упрощения. Комбинации варьируемых параметров содержатся в нечетных столбцах табл. 3.

С одной стороны, сравнение значений N при различных комбинациях варьируемых параметров демонстрирует зависимость эффективности алгоритма эквивалентирования от расположения мест регулирования. С другой стороны, даже если в управлении устойчивостью участвуют шесть компонент, максимум из рассмотренных вариантов, то и в этом случае число дифференциальных уравнений сокращается в 1,25 раза. Следует отметить, что это наименее «выгодный» вариант с точки зрения упрощения модели.

При одновременном варьировании двадцатью параметрами $y_i, i = \overline{1,20}$ неуправляемых корней не оказалось. Если же количество элементов вектора Y , привлекаемых для оптимизации огра-

Таблица 3

Зависимость эффективности алгоритма эквивалентирования от расположения мест регулирования

Параметры	N	Параметры	N	Параметры	N	Параметры	N
1	2	3	4	5	6	7	8
$y_1 \div y_6$	36	y_2, y_3	26	$y_1 \div y_3$	12	y_3	7
y_3	8	y_1, y_2	24	$y_3 \div y_6$	19	y_4	10
$y_5 \div y_8$	28	$y_3 \div y_5$	21	y_2, y_3	16	y_6	8
y_4	10	y_8	11	y_2	6	y_7	9

ничено, то для балансовых моделей различной сложности и структуры практически всегда имеются неуправляемые и слабоуправляемые корни характеристического уравнения. Поскольку ограничения размерности вектора управления и диапазона изменения варьируемых параметров из инженерно-экономических соображений всегда имеет место, то с увеличением объема анализируемой системы растет процент таких корней. Это обстоятельство с учетом почти кубической зависимости трудоемкости расчетов от размерности матрицы ведет к заметному повышению эффективности методики упрощения математического описания.

Точность результатов оптимизации по полной и упрощенной модели можно считать удовлетворительной. Из опыта расчетов следует, что для ее повышения не рекомендуется при понижении порядка системы устранять одну из двух пар корней, имеющих близкие по величине частоты и затухания. Такие ситуации могут складываться, если одна пара хорошо управляема, а другая — слабо. Обе пары в этом случае следует относить к числу хорошо управляемых, чтобы избежать значительной погрешности упрощенной модели.

Обычно численный поиск начинается с некоторых ненулевых значений y_i . Тогда формулу (4) можно представить следующим образом

$$\frac{dX}{dt} = G_1 X + \left(\sum_{l=1}^m \Delta y_l H_l \right) X, \quad (7)$$

где G_1 — матрица коэффициентов системы (3) при ненулевых значениях y_i . Эта же формула используется для промежуточной диагонализации задачи в ходе численного поиска.

Подводя итог сказанному отметим следующее. Изложенная методика упрощения позволяет первоначально максимально подробно учесть состав и структуру реальной сложной экономической системы, используя в определенной мере избыточное математическое описание с целью правильного отражения внутрисистемных связей. Этот подход оправдан, поскольку однократное вычисление корней характеристического уравнения возможно для матриц весьма высокой размерности, а последующая оптимизация динамических свойств проводится с предварительным упрощением. Очевидным достоинством данного алгоритма является возможность оценки погрешности результата путем расчета собственных значений исходной матрицы высокой размерности с оптимальными значениями варьируемых параметров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гладилин А.В., Торопцев Е.Л., Гурнович Т.Г. Численный анализ высокоразмерных моделей экономической динамики // Вопросы статистики. 1998. № 8. С. 32–34.
2. Торопцев Е.Л., Гурнович Т.Г. Численная оптимизация динамических свойств макроэкономической системы // Вопросы статистики. 2000. № 4. С. 81–86.
3. Торопцев Е.Л., Гурнович Т.Г. Анализ и управление динамическими свойствами экономических систем // Вопросы статистики. 2006. № 4. С. 28–33.
4. Торопцев Е.Л., Мараховский А.С. Вывод экономических макросистем на магистральный путь развития // Известия Томского политехнического университета. № 1, Том 310, 2006. С. 222–227.
5. Торопцев Е.Л., Мараховский А.С. Синтез регулятора мощности макроэкономической системы // Научно-технические ведомости СПбГПУ. 6/2006. Т. 2. С. 38–45.
6. Леонтьев В.В. Экономические эссе. М.: Изд-во полит. лит-ры, 1990. 415 с.
7. Система таблиц «Затраты-Выпуск» России за 2003 год: Стат. сб./Росстат. М., 2006. 116 с.

Музалевский А.А., Яйли Е.А.

КОНЦЕПЦИЯ РИСКА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ЧЕЛОВЕКА

Введение

Главной целью снижения рисков является сохранение человеческой жизни и здоровья для

максимального количества населения и сохранение окружающей природной среды.

В основе принятия решений в любых видах человеческой деятельности должен лежать анализ

рисков, уже имеющих или возникающих, в процессе исполнения этой деятельности [1].

В основе стратегии снижения рисков должно быть объединение в единое целое политики в социальной, экологической и экономической сферах на основе соответствующей оценки рисков. Реализация такой стратегии требует серьезной разработки концепции и методологии принятия решений в этой сфере жизни общества и государства.

Концепция анализа риска позволяет выбрать стратегию при принятии решения, исходя из соблюдения баланса затрат, выгод и рисков. Когда учет такого баланса предшествует политической интуиции и лежит в ее основе, тогда это позволяет в полной мере проявиться политическому предвидению.

Анализ рисков содержит:

во-первых, оценку всей совокупности рисков (экономический, экологический, социальный и другие), действующих в обществе до принятия соответствующего решения и после того;

во-вторых, анализ затрат на реализацию данного решения, причем не только экономических, но и социальных и экологических затрат;

в-третьих, анализ выгод от принятия данного решения — не только экономических, но и социальных, экологических и прочих. Это позволит на научной основе выбрать ту или иную альтернативу при принятии решения.

Уровень риска, приемлемый для той или иной деятельности, определяется исходя из конкретных социально-экономических условий той или иной страны и закрепляется законодательно.

На практике различают риск, связанный с профессиональной деятельностью, и риск, связанный с непрофессиональной деятельностью (риск для всего населения).

Относительно профессионалов, чья работа постоянно связана с риском, на который они идут добровольно и который соответственным образом оплачивается, установилась традиция, что для него не должно быть ПДУ. Но тем не менее полагают, что нельзя допускать, чтобы он превышал риск смерти от болезней для всего населения, составляющего 10^{-6} на человека в год.

Необходимо отдельно рассмотреть вопрос о цене неверно принятого решения. В условиях недостаточного знания, то есть в условиях неопределенности (а это наиболее часто встречающийся случай) нередко приходится встречаться с ситуацией, когда распределение плотности вероятности проявления действия какого-либо опасного фактора полностью неизвестно. И тем более, неизвестна

степень взаимодействия данного фактора с целым рядом других опасных факторов, которые могут присутствовать в данное время в данном месте, т. е. нельзя оценить как возможный синергизм так и антагонизм.

Таким образом, риск воздействия данного опасного фактора можно определить только с большой степенью неопределенности. Степень неопределенности может быть столь велика, что не позволит провести точный выбор стратегии при принятии решения, исходя из соблюдения баланса затрат, выгод и рисков. В этой ситуации необходимо выбрать одно из двух: или принимать решение в условиях большой неопределенности, которая может привести в результате неверно принятого решения к большому ущербу и риску (особенно социальным), или прежде чем принимать решение, предпринять дополнительное изучение данного вопроса с целью уменьшения неопределенности в распределении риска. При этом стоимость исследований по уменьшению неопределенности в оценке риска и по получению дополнительной информации об опасных факторах не должна превышать стоимость возможного ущерба при неверно принятом решении, если этих исследований не проводить. Во всяком случае, лицо, принимающее решение, всегда будет заинтересовано знать: чем может грозить ситуация, когда решение принято неправильно. И редко кто из лиц, принимающих решения, сознательно пойдет на риск больших возможных потерь, если есть возможность лучше изучить ситуацию и принять решение, грозящее существенно меньшими неприятностями в случае, когда это решение окажется неправильным вследствие значительной неопределенности имеющихся факторов риска.

Основные структурные уровни рассмотрения применения концепции риска следующие:

- 1) федеральный уровень;
- 2) региональный уровень;
- 3) местный уровень

1. Основные понятия и положения концепции риска

Создание стратегии снижения рисков требует определения следующих понятий:

- 1) безопасность при чрезвычайных ситуациях;
- 2) угрозы и опасности чрезвычайных ситуаций;
- 3) меры безопасности;
- 4) меры опасности;
- 5) степень опасности, которая может считаться “приемлемой”;

6) степень опасности, которая может считаться “чрезмерной”;

7) степень опасности, которая может считаться “пренебрежимой”;

8) риска, ущерба, индивидуального и социального риска, оценки, анализа и управления рисками, информационного обеспечения анализа риска;

В свою очередь, разработка стратегии снижения рисков потребует осмысления и формулировки следующих положений:

1. Анализ жизненно важных интересов личности, общества и государства в области снижения рисков, определение связи стратегии с концепциями и стратегиями национальной безопасности, экологической безопасности, устойчивого развития и другими государственными стратегиями.

2. Определение цели стратегии снижения рисков на современном этапе.

3. Определение основных структурных уровней рассмотрения стратегии.

4. Определение составных частей стратегии снижения рисков.

5. Определение механизма снижения рисков на современном этапе.

6. Определение критериев снижения рисков, характерных для современного этапа.

7. Определение основных этапов реализации стратегии снижения рисков.

8. Определение приоритетов каждого этапа реализации стратегии снижения рисков.

9. Основные понятия об основах методологии принятия решений.

10. Основные понятия об основах методологии оценки неверно принятого решения.

Понятийный аппарат в рамках предлагаемой Концепции строится на основе безопасности и принципа приемлемого риска.

Основы концепции безопасности означает необходимость определения понятий безопасности и опасности, шкалы и единицы измерения безопасности и опасности.

“Безопасность – совокупность условий и факторов, обеспечивающих состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества, окружающей природной среды от угроз, возникающих в результате чрезмерной антропогенной и природной опасности”.

Под термином **“опасность**” понимаются различного характера угрозы, исходящие как от человека, так и внешней среды, а также ситуация в окружающей человека среде, в которой при определенных условиях (случайного или детерминированного характера) возможно возникновение

нежелательных событий, явлений или процессов (опасных факторов), воздействие которых может привести к одному или совокупности из следующих последствий:

1) отклонению здоровья человека от средне-статистического значения, т. е. к заболеванию или даже смерти человека;

2) ухудшению состояния окружающей человека среды или ухудшением качества природной среды;

3) значительному материальному ущербу (1 % и выше от ВВП).

Мера степени опасности должна включать следующие показатели:

1) степень возможности появления случайного события — опасного фактора;

2) степень значимости этого события для человека и окружающей среды, если оно произошло;

3) степень опасности, которая может считаться “приемлемой”;

4) степень опасности, которая может считаться “чрезмерной”;

5) степень опасности, которая может считаться “пренебрежимой”.

В качестве меры измерения степени опасности можно выбрать единицы риска.

“Риск” может включать следующие количественные показатели:

1) величину ущерба от воздействия того или иного опасного фактора;

2) вероятность возникновения (частота возникновения) рассматриваемого опасного фактора;

3) неопределенность в определении ущерба;

4) неопределенность в определении вероятности.

2. Оценка риска

Процесс сбора, обработки и анализа полученных данных носит название **оценки риска**. Оценка риска осуществляется с учетом опасных факторов, присущих определенному веществу или ситуации, степени подверженности человека и окружающей среды воздействиям этих факторов и информации о соотношении воздействий и вызываемых ими последствий.

Для принятия решения о снижении риска необходимо предварительно провести его оценку, в процессе которой надо ответить на следующие вопросы:

1) какие нарушения в данной природно-техногенной системе возможны и какие наиболее вероятны;

2) какова вероятность таких нарушений;

3) каковы последствия таких нарушений и объемом возможного экономического, экологического и эстетического ущерба?

Ответы на эти вопросы дают возможность выделить и идентифицировать угрозы, определить класс опасности, оценить различные риски, их воздействия и последствия, измерить степень риска.

Оценку риска можно разделить на следующие четыре этапа:

1. Распознавание опасности – процесс определения, случайно ли какое-либо вещество ассоциируется с определенным нарушением здоровья, например, вызывает рак или врожденную патологию. Так как трудно получить такую информацию для людей, этот этап обычно направлен на выяснение того, токсично ли данное вещество для животных или других тестируемых организмов.

2. Оценка “дозы-эффекта” – процесс описания взаимоотношений между примененной или полученной дозой вещества (агента) и частотой отрицательного влияния на здоровье. Для разных агентов возможны многочисленные виды взаимодействий типа доза-эффект, в зависимости от того, является ли ответная реакция (эффект) канцерогенной или не канцерогенной, а также от того, проявился ли данный эффект в результате одноразового или многократного воздействия. Так как большинство тестов проводится при высоких дозах, то оценка дозы-эффекта должна включать обоснование метода экстраполяции данных в условия с низким уровнем воздействия (в область малых доз), в которые обычно попадает человек. Одна из частей оценки должна также включать метод экстраполяции данных, полученных на животных, на человека.

3. Оценка воздействия – включает определение размера и характера популяции, подвергшейся воздействию данного токсиканта, а также периода воздействия и концентрации вещества. Необходимо учитывать также и такие факторы, как возраст и здоровье группы, подвергшейся воздействию, привычки к курению, учесть наличие в группе беременных женщин, стариков, детей и инвалидов, и, кроме того, что могли иметь место синергетические эффекты, связанные с одновременным воздействием разных токсикантов.

3. Характеристика риска

Выводы, полученные в результате процесса оценки риска, называются *характеристикой риска*. Характеристика риска – это интеграция трех вышеуказанных стадий, приводящая к оценке степени влияния данного воздействия на здоровье населения.

Как правило, характеристика риска освещает следующие аспекты:

– На основе данных о потенциальной опасности и вредных воздействиях в конкретной ситуации отвечает на вопрос, какова природа и вероятность причинения вреда здоровью человека и окружающей среды?

– Кто (какие группы населения) может быть подвержен воздействию? Варьируется ли реакция на вредные воздействия по группам населения?

– Насколько опасными представляются ожидаемые воздействия и их побочные эффекты и последствия?

– Обратимы ли последствия этих воздействий?

– Какие научные доказательства приводятся в подтверждение сделанных выводов о степени риска? Насколько неопровержимы эти доказательства?

– Существенна ли неопределенность оценок природы и размеров опасности?

– Насколько расходятся экспертные оценки в определении природы опасной ситуации и вероятности ее наступления?

– Насколько уверены *риск-менеджеры* в своих прогнозах относительно наступления опасной ситуации?

– Какие еще источники могут вызывать риски и последствия, аналогичные рассматриваемым?

– Какова доля рассматриваемого источника в общей совокупности воздействия определенного рода опасных факторов на здоровье местных жителей и природной среды?

– Насколько велик этот риск по сравнению с другими угрозами, существующими в данном регионе?

– Оказывает ли изучаемый риск другие воздействия на данное сообщество помимо угрозы здоровью населения и окружающей среды (например, его социальные или культурные последствия)?

Степень детализации оценки риска, включенной в его характеристику зависит от важности проблемы, ее ожидаемого экономического, политического и социального эффекта, срочности, уровня противоречивости и затрат, требующихся на принятие превентивных мер.

Грамотно составленная характеристика риска позволит *риск-менеджерам* принять эффективное, оптимальное в данной ситуации решение по управлению риском, а представителям заинтересованных сторон – осознать всю важность и значимость принимаемого решения.

Здесь следует особо отметить, что специалисты в области охраны окружающей среды, ответственные за принятие решений, должны тщательно взвешивать всю имеющуюся информацию, вне зависимости от степени ее достоверности, и осуществлять сравнительный анализ потребности в получении дополнительной информации или необходимости срочного принятия решения. Иногда приходится принимать решение на основании принципа предосторожности. Однако в любом случае следует тщательно избегать возникновения ситуаций “паралича в результате анализа”, при котором необходимость получения новой информации используется как отговорка или повод для непринятия решения или отсрочки его принятия на неопределенный период. Когда имеющейся информации достаточно для принятия решения или когда получение новых данных не произведет кардинальных изменений в целях и стратегиях процесса управления риском, не стоит откладывать (а тем более избегать) осуществление окончательного выбора альтернативы решения.

Технология *определения ценности информации* может быть использована для определения перспективных шагов, которые следует предпринять в будущем.

Принятие решения о приемлемости риска для той или иной ситуации или хозяйственной деятельности, и о мерах по уменьшению риска, обычно основываются на критериях риска, которые должны устанавливаться на правительственном или на законодательном уровне. Исходной точкой при рассмотрении таких критериев является то, что риск от опасной деятельности для отдельного человека и для всего общества не должен быть большим, чем риск в повседневной жизни.

В последние годы принято деление риска по степени его значимости для человека на индивидуальный и социальный, который определяют следующим образом.

Индивидуальный риск смерти определяется как вероятность того, что в течение года незащищенный человек, находящийся в определенной точке пространства по отношению к источнику опасности, погибнет при реализации определенных опасностей.

В соответствии с этим подходом для большинства опасных воздействий максимально приемлемый уровень индивидуального риска, определяемый как уровень риска, тот, который увеличивает риск смерти от всех других причин на один процент. Максимальный риск смерти для человека соответствует первому году его жизни и

в Нидерландах и США равен 2×10^{-2} в год. Индивидуальный риск “естественной смерти” подростков в возрасте от 10 до 14 лет, который согласно статистическим данным по возрастной смертности составляет 10^{-4} в год и является минимальным на протяжении всей его жизни, был принят за “базовый” риск.

Максимально приемлемый (или предельно допустимый) индивидуальный риск в Нидерландах и США установлен как 10^{-6} в год, и он не должен превышать в зависимости от вида хозяйственной деятельности. Другими словами, риск фатальной аварии, которому может подвергнуться человек вследствие его постоянного присутствия (365 дней в году) под воздействием опасной активности, будет менее чем один на миллион в год или один за миллион лет.

Уровни риска опасного воздействия менее чем 10^{-8} в год, или менее чем один в 100 миллионов лет в Нидерландах и США рассматриваются как пренебрежимые. Уровень риска между пренебрежимым и максимально допустимым рассматривается как пригодный для хозяйственной деятельности и в соответствии с принципом **ALARA требующий** постоянного уменьшения в той степени, которая считается разумной для данного вида деятельности в данных условиях.

Уровень индивидуального риска, превышающий предельно допустимый – ПДУ, должен рассматриваться как чрезмерный. Любая практическая деятельность, подвергающая того или иного индивидуума жизни в условиях чрезмерного риска, является недопустимой. Ее внедрение в практику возможно только при условии принятия технических или организационных мер, позволяющих снизить уровень рассматриваемого риска до величины ПДУ.

Таким образом, на “шкале” индивидуальных рисков можно выделить три зоны:

1) область чрезмерного риска: любая деятельность, имеющая такой уровень риска, недопустима (в Нидерландах и США более 10^{-6} в год);

2) область пренебрежимого риска: любая деятельность с уровнем риска из этой области не контролируется регулирующим органом (в Нидерландах и США менее чем 10^{-8} в год);

3) область приемлемого риска: любая деятельность с уровнем риска из этой области является объектом контроля для регулирующего органа в целях постоянного снижения риска настолько, насколько это допустимо по социально-экономическим соображениям (в Нидерландах и США в диапазоне 10^{-6} – 10^{-8} на человека в год).

Социальный риск определяется как зависимость между определенным числом погибших людей, подвергшихся поражающему воздействию определенного вида в одном инциденте при реализации определенных опасностей, и вероятность того, что это число будет превышать некоторое значение (P). Это дает возможность учитывать количество людей, которые могут быть одновременными жертвами одного инцидента.

В соответствии с определением безопасности в качестве единиц для измерения безопасности должны использоваться показатели, характеризующие состояние здоровья человека и состояние (качество) окружающей среды.

Показатели здоровья и в первую очередь количество здоровья (один из важнейших индикаторов), т. е. среднюю ожидаемую продолжительность предстоящей жизни (СОПЖ) при рождении или при том или ином возрасте, используют в соответствии с рекомендациями Программы развития ООН для количественной оценки уровня безопасности. Этот индикатор является интегральным показателем общественного здоровья и зависит не только от успехов медицины, но и от уровня социально-экономического развития общества и качества окружающей среды.

Так как целью безопасности является не только защита здоровья населения, но и защита окружающей среды, то в единицы для измерения безопасности кроме величины СОПЖ входят показатели, которые количественно определяют качество окружающей среды. К количественной характеристике степени безопасности экосистем относится степень близости состояния экосистемы к границе ее устойчивости (к точке бифуркации), где будет потеряна предсказуемость изменений экосистемы в ответ на внешнее воздействие.

В Нидерландах, например, такие оценки состояния безопасности экосистемы уже используют для определения количественных значений предельно допустимых экологических нагрузок (ПДЭН). Такие ПДЭН должны гарантировать отсутствие неустойчивости и непредсказуемости в состоянии экологических систем. В соответствии с законодательством по безопасности населения и окружающей среды в Нидерландах уровень воздействия на экосистему (т. е. ПДЭН) не должен превышать уровня, при котором могут пострадать 5 видов в экосистеме.

В России пока таких нормативов нет, но, тем не менее, есть ряд точек зрения на этот вопрос. Одна из них заключается в оценке физико-химических свойств и состава компонентов природной среды

и сопоставления полученных данных с аналогичными показателями неурбанизированной территории. При этом более важны тенденции изменения, а не абсолютные значения параметров. Эта процедура может быть осуществлена в подходе, в котором качество окружающей среды оценивается с помощью индикаторов и индексов качества. Эти индексы качества легко связываются, как показано в наших работах, с соответствующим уровнем экологического риска [2].

Это обстоятельство открывает новые, более богатые по сравнению с голландскими, возможности для оценки и управления рисками в разных областях человеческой деятельности, в том числе и в деятельности по реализации экологической политики.

4. Управление риском

Концепция управления риском (экологической безопасностью) окружающей среды на основе анализа риска предполагает соблюдения следующих требований:

во-первых, оценку всей совокупности рисков, действующих в данном виде деятельности до принятия соответствующего решения и после того;

во-вторых, анализ затрат на реализацию данного принятого решения;

в-третьих, анализ выгод от принятия данного решения – не только экономических (а чаще только финансовых), но и социальных, политических, экологических и прочих.

Только в этом случае методология анализа управления риском позволяет выбрать **стратегию** при принятии решения, исходя из **соблюдения баланса затрат, выгод и рисков**.

Как правило, специалисты в области управления риском, имеют возможность выбора оптимальной в каждом конкретном случае альтернативы решения. На этой стадии реализации алгоритма управления риском, **риск-менеджеры** и ассистирующие им представители заинтересованных сторон рассматривают и обсуждают возможность и эффективность применения тех или иных мер. Иногда только некоторые варианты решений из всего многообразия альтернатив будут признаны специалистами целесообразными и приемлемыми. Однако наиболее вероятной является комбинация нескольких самых эффективных в данной ситуации мер по снижению степени угрозы или полному устранению опасности.

Как только возможные альтернативы будущего решения выявлены и определены, наступает время оценить каждую из них как с точки зрения эффективности, целесообразности, затрат и потенциаль-



ных выгод, так и с учетом вероятных правовых, социальных, культурных и политических последствий принятия того или иного варианта.

В данном контексте управление риском основывается на оценке индивидуального и социального риска и требует ответить на следующую группу вопросов:

1) что может быть сделано для уменьшения риска;

2) какие варианты выхода из создавшейся ситуации доступны для выбора и как каждый из имеющихся вариантов связан с общими затратами на его реализацию, возможной прибылью от реализации этого варианта и имеющимся риском;

3) какие воздействия окажут текущие управленческие решения на будущие варианты выбора, какие последствия будут иметь принятые управленческие решения по уменьшению риска?

В этой связи процесс принятия решения (обязательные компоненты процесса управления) на основе вышеприведенного анализа риска имеет ярко выраженные 4 последовательные стадии:

1. Идентификация опасностей для населения и окружающей среды и их мониторинг.

2. Количественная оценка степени каждой из этих опасностей (их вероятностей, последствий и степени неопределенности той и другой).

3. Решение о приемлемости риска конкретной хозяйственной деятельности и о мерах уменьшения риска, которые необходимо принять (с оценкой стоимостной эффективности каждой из предложенных мер по уменьшению риска).

4. Контроль за поддержанием ситуации приемлемого риска.

На этом анализе и будет построено оптимальное решение, разработанное применительно к конкретной ситуации.

Ключевые вопросы стадии анализа могут быть сформулированы следующим образом:

– В чем заключаются ожидаемые преимущества (выигрышность) выбранного варианта решения?

– Каковы прогнозируемые затраты на его реализацию?

– Кто выигрывает от принятия данного конкретного решения, и на чьи плечи ложится покрытие расходов? Каким образом реализуются принципы объективности и *экологической справедливости*?

– Насколько целесообразно принятие и реализация выбранной альтернативы с точки зрения существующих ресурсных и временных ограничений, а также с учетом правовых, политических, законодательных и технологических лимитов?

– Существует ли вероятность того, что, наряду со снижением степени одних рисков, исполнение принятого решения повлечет за собой появление или толчок к развитию других?

В ходе анализа предложенных альтернатив решения следует обратить особое внимание на возможность возникновения неблагоприятных последствий как побочного эффекта реализации того или иного варианта.

Одним из наиболее распространенных следствий такого рода является вероятность роста рисков, лежащих за рамками проводимого исследования, в то время как основные усилия *рискоманеджеров* направлены на снижение угрозы, исходящей от изучаемой проблемы.

Побочные эффекты исполнения принятого решения могут проявиться также в культурной, этической, политической, социальной и экономической сферах, как-то, например, ухудшение экономической ситуации в регионе, угроза сложившимся местным сообществам, взаимоотношениям между людьми, семьями, социальными группами. Поэтому соотношение выгод и потерь от принятия решения в области управления риском должно быть детально изучено и тщательно взвешено, прежде чем будет сделан окончательный выбор.

5. Оценка эффективности реализуемых мер по управлению риском

Лишь немногие из решений в области управления, например, экологическим риском были с легкостью и без осложнений выработаны, оценены и претворены в жизнь. Очевидны сложности, связанные, например, с оценкой наблюдений за изменениями количества случаев раковых заболеваний, так как развитие опухоли после непосредственного воздействия может потребовать нескольких лет.

Напротив, другие эффекты экологических загрязнений идентифицировать значительно проще в виду того, что проявляются они быстрее – это, к примеру, врожденные дефекты, анемия в результате попадания свинца в организм, или астма, вызываемая содержащимися в атмосфере оксидами серы. Зачастую, установить причинно-следственную связь между загрязнителем и проявлением отдельных эффектов достаточно сложно, и становится возможным только тогда, когда под воздействие вредных веществ попадает широкая группа населения, или когда они влекут за собой такие последствия, которые бросаются в глаза своей редкостью и характерными особенностями. Еще одной проблемой, связанной с оценкой эффективности принимаемых мер, яв-

ляется тот факт, что большинство экологических рисков, угрожающих здоровью человека, слишком малы в сравнении с другими рисками, эффекты и последствия которых легко определимы, как-то: производственные травмы, дорожно-транспортные происшествия, детская смертность, общие уровни раковых заболеваний или появления врожденных дефектов.

Поэтому, *риск-менеджеры* должны опираться на косвенные показатели, сигнализирующие о возможности снижения угроз здоровью находящихся под воздействием групп населения, такие как сокращение промышленных выбросов, уменьшение вредных воздействий, или постепенное численное убывание биологических признаков, свидетельствующих о подверженности загрязнению или об уже начавших проявляться эффектах экологической угрозы.

На том этапе развития, на котором находится в настоящее время область научных исследований, разрабатывающая методологию применения мер по управлению риском и оценки полученных результатов, еще слишком рано говорить о каких-либо серьезных достижениях и успехах. В частности, в тщательной проработке нуждаются следующие аспекты:

1) изучение взаимосвязанности вредных воздействий и тех последствий, которые они вызывают при попадании в организм человека или окружающую среду;

2) установление региональных различий в доминировании той или иной болезни как реакции организма на загрязнения окружающей среды, а также тенденций развития ситуации (увеличение или снижение количества случаев проявления эффектов вредных воздействий) и опасных факторов;

3) создание надежной базы данных, объединяющей в единое целое все имеющиеся сведения и позволяющей, например, получить информацию об уровнях заболеваний различного рода с указанием конкретных экологических причин, их вызывающих;

4) выявление наиболее важных экологических причин, вызывающих необратимые изменения в организме человека и ответственных за возникновение серьезных заболеваний.

В заключении отметим, что предложенный подход содержит возможность сотрудничества и взаимодействия с заинтересованными сторонами с тем, чтобы общественные ценности данного общества были учтены при разработке стратегий управления риском, вырабатывает управленческие решения, которые имеют большие шансы на успех по сравнению с решениями, пренебрегающими участием заинтересованных сторон уже на ранних стадиях процесса и использует любую новую информацию, вне зависимости от того, на какой стадии реализации алгоритма она появляется.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Музалевский А. А., Яйли Е. А. Риск: анализ, оценка, управление. Научное издание. Изд. РГГМУ. СПб., 2005. 232 с.

2. Потапов А. И., Карлин Л. Н., Воробьев В. Н., Музалевский А. А. Мониторинг, контроль и управление качеством окружающей среды. Ч. 3. Оценка и

управление качеством окружающей среды. Научное издание. СПб., Изд. РГГМУ 2006, 598 с.

3. Федоров М. П., Шилин М. Б., Блинов Л. Н. и др. Экологические основы управления природно-техническими системами. Учеб. пособие. СПб., Изд-во Политехнич. ун-та, 2007. 506 с.

Иванова М. А.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И ОЦЕНКИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ КАК ФАКТОРА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Социально-экономическое развитие мирового сообщества показывает, что темпы экономического роста и уровень благосостояния населения зависят от наличия производственных факторов. Традиционно в качестве основных факторов производства

рассматриваются земля, труд, капитал. Любое государство мирового сообщества, любая действующая организация в той или иной степени обладает перечисленными факторами. На ранних стадиях развития капитализма, возможно, только эти факторы играли



решающую роль. Но на современном этапе развития мировой экономики наличие данных факторов нельзя однозначно рассматривать, как критерии безусловного развития. Так, например, ВВП на душу населения, в долларах США за 2006 год, пересчитанный по паритету покупательной способности (ППС) в США составлял 43 223 (4 место в мире), в Германии 31 130 долларов (23 место), в Японии 32 530 (20 место), в Великобритании 35 486 (13 место), в России 12 178 (59 место), в Чили 12 811 (58 место). Хотя Россия и Чили обладают значительными природными ресурсами, они занимают далеко не первые места в мире по анализируемому показателю [8].

Известный американский экономист Э. Денисон провел анализ соотношения традиционных факторов экономического роста (труд, земля, капитал) на отдельном этапе развития экономики США. Этот анализ использовался также применительно к странам Европы. Во всех случаях сводный темп роста затрат ресурсов оказывался существенно ниже фактических темпов роста национального дохода. Прирост Национального дохода составил 3,3 % годовых, все три традиционных фактора производства обеспечивали немногим более половины реально достигнутого прироста Национального дохода. Э. Денисон считал, что дополнительный прирост объясняется успехами в области технических и управленческих знаний и более интенсивным использованием ресурсов [2].

Международные организации рейтинги уровня жизни и экономического развития мирового сообщества связывают не с природными ресурсами, а с уровнем образования, доступностью образования и инновационной политикой.

По данным ООН Россия занимает одно из ведущих мест по числу ученых и инженеров, но при этом последние места по индексу кокурентноспособного роста, по рейтингу использования новейших технологий и политики инноваций.

США, Япония, Германия, Англия и Франция входят в технологическое ядро мирового развития. Особенности стран лидеров: дороговизна рабочей силы и природных ресурсов, высокая плотность населения, высокий технологический уровень производства и информатизации, особое отношение к образованию, культуре, здоровому образу жизни, историческим традициям, государственное регулирование цен на важнейшие продовольственные товары и услуги, индикативное планирование инновационной деятельности, развитие наукоемких отраслей, высокий уровень концентрации и кооперирования производства. И как следствие, в этих странах высоко качество жизни населения.

Выше перечисленные факты доказывают то, что традиционные факторы производства не являются основными для экономического роста. В качестве первопричин экономического роста можно конста-

тировать инновационную деятельность и передовые формы общественной организации, развитие наукоемких отраслей.

В начале XX века английский ученый Джон А. Гобсон расширил известную формулу факторов стоимости “земля, труд, капитал”, добавив четвертую составляющую “талант”, то есть творческие способности человека, которые функционируют в “сфере прогрессивной промышленности”. Названная сфера составляет ту часть экономической системы, в которой производятся новые товары, осваиваются новые рынки, внедряются новые технологии. Речь идет об инновационной экономике, в которой Гобсон видел подлинную силу и цель существования предпринимательского класса [3].

Наш современник Н.Д. Кондратьев связывал большие циклы конъюнктуры (длинные волны) именно с инновациями.

Экономическое развитие мирового сообщества С.Ю. Глазьев и его коллеги связывают с технологическими укладами, которые характеризуются использованием определенных научно-технических достижений, то есть определенным уровнем инновационной деятельности.

Основатель марксизма К. Маркс видел в диалектике производственных сил и производственных отношений движущую силу общественного прогресса. Он отмечал, что “по мере развития крупной промышленности, создание действительного богатства становится менее зависимым от рабочего времени и от количества затраченного труда..., чем от общего уровня науки и от прогресса техники или от применения этой науки к производству” [4].

Таким образом, инновационная деятельность и передовые формы общественной организации выдвигаются в качестве основных первопричин экономических успехов. Однако оба этих фактора приводятся в действие только через творческий потенциал человека.

Инновационная составляющая экономического роста определяется уровнем использования человеческого капитала, который генерирует интеллектуальные ресурсы и нематериальные активы.

Рассматривая интеллектуальные ресурсы как фактор экономического роста важно отметить их существенные особенности по сравнению с материальными ресурсами.

Первая особенность заключается в том, что формирование интеллектуальных ресурсов – это прерогатива государства и разного рода общественных институтов. Обычная схема рыночных отношений здесь не работает и только государство должно регулировать процессы воспроизводства интеллектуальных ресурсов, через процессы перераспределения общественного продукта.

Вторая особенность состоит в том, что формирование интеллектуальных ресурсов целиком зависит от таких новых отраслей реального сектора экономики, как образование и наука.

Третья особенность сводится к тому, что стоимостная оценка интеллектуальных ресурсов на макроуровне как фактора экономического роста чрезвычайно затруднена. На микроуровне возможностей для такой оценки несколько больше.

Четвертая особенность заключается в том, что затраты на формирование интеллектуальных ресурсов носят характер долгосрочных инвестиций.

Пятая особенность характеризуется тем, что в жесткой конкурентной борьбе побеждает та организация, которая наиболее эффективно управляет имеющимися интеллектуальными ресурсами.

Шестая особенность заключается в том, что интеллектуальные ресурсы неистощимы, их можно использовать многократно, в отличие от материальных ресурсов.

Седьмая особенность – необходимость привлечения к оценке квалифицированных специалистов в области патентного дела и технологии отрасли.

Рассмотрим эти особенности более подробно.

1. Цепочку доказательств необходимости развития нематериальных активов как фактора экономического роста следует начинать с макроуровня, так как роль государственного регулирования в формировании инновационной деятельности, результатом которой являются нематериальные активы и интеллектуальная собственность огромна.

Как свидетельствует мировой опыт, чем больше страна отстает в своем развитии, тем значительнее роль государственных органов управления в мобилизации ресурсов, создании инфраструктуры, выявлении приоритетов развития. Так, например, в 1991 г. половина экспорта Финляндии приходилось на долю СССР, с развалом Советского Союза финская экономика оказалась неконкурентоспособной на мировом рынке. Безработица в начале 90-х годов достигала 20 %. Продуманная жесткая государственная политика в области инновационной деятельности превратила страну всего за 10 лет в инновационную державу, об этом говорит такой показатель, как доля наукоемкой продукции в экспорте, который в 100 раз больше, чем в России [5].

Государственная политика в области инновационной деятельности – это, прежде всего система законодательных актов по формированию инновационной политики. США, приступая в восьмидесятых годах прошлого столетия к формированию инновационной политики, приняли пакет из 10 важнейших законодательных актов. Среди них “Закон о технологических инновациях” Стивенсона-Уайдлера, “Закон о процедурах патентования в университетах и малом

бизнесе”, “Закон о трансферте федеральных технологий” и т. д. Создана национальная инновационная система, в рамках которой реализуются многочисленные программы финансирования инновационной деятельности.

В России до сих пор нет Федерального закона, закрепляющего цели, задачи, принципы инновационной политики и механизмы их реализации. Хотя на самом высоком уровне приоритетность инновационного развития провозглашена.

Существующее отечественное законодательство, нормативные документы находятся в противоречии друг с другом и с мировым законодательством. Например, в большинстве европейских стран и в США к нематериальным активам наряду с интеллектуальной собственностью и коммерческой тайной относят другие аналогичные активы, которые в России называют информационными ресурсами и в лучшем случае учитывают в составе материальных активов, в худшем случае не учитывают совсем. То есть не учитывают опыт, знания и умения прошлых поколений, которые являются базой для развития нематериальных активов. Зато в России, едва ли не в единственной стране мира, к нематериальным активам кроме интеллектуальной собственности относят капитализированные расходы на создание юридического лица. При этом критерий такой классификации заключается в том, что не вполне понятно, куда их еще можно отнести.

Кроме этого, нет единства в профессиональной лексике представителей разных профессий. Бухгалтеры, руководствуясь ПБУ-14, не относят к нематериальным активам ноу-хау, секретные формулы или процессы, секретную информацию промышленного, коммерческого или научного характера. Налоговые органы, согласно НК п. 3 ст. 252 выше названные активы относят к нематериальным, но не признают деловую репутацию в качестве нематериальных активов. Конвенции об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС, Стокгольм 14.07.67) признает в качестве нематериальных активов деловую репутацию, а также авторские и смежные права, Налоговый кодекс РФ не признает [1].

Проведенные исследования выше названных документов не дают также однозначного определения нематериальных активов.

2. Необходимость рассмотрения развития нематериальных активов на макроуровне связано с тем, что государство должно обеспечивать развитие фундаментальных знаний, которые зачастую не могут в краткосрочном периоде приносить доход, но служат базой для развития прикладных знаний. Кроме этого государство должно обеспечивать систему передачи знаний и опыта, и систему льготного налогообложения инновационной деятельности.

Практическим доказательством влияния инновационных процессов на экономический рост может послужить то, что лидеры современного прогресса вкладывают огромные средства в развитие науки и техники, в организацию системы образования и передачи знаний.

За последние 15–20 лет в США на финансирование фундаментальных и прикладных наук расходовалось от 2,2 до 2,8 % ВВП, в Японии от 2 до 2,9 % (причем советом по науке принято решение увеличить этот показатель до 3,5 %), в Германии от 2 до 2,3 %, в Великобритании от 2 до 2,5 %, во Франции от 1,8 до 2,3 %. В России анализируемый показатель составляет от 0,3 до 0,9 % ВВП [6].

США, являясь лидером мировой экономики, делают упор в своем развитии на приращение научно-технического потенциала. Причем фундаментальные достижения в области знаний официально признаны в качестве основы экономического роста, поскольку согласно имеющимся в США оценкам на 1 доллар, вложенный в НИОКР, приходится 9 долларов роста ВВП. Америка в конце 90-х годов прошлого столетия тратила на НИОКР примерно столько же средств, сколько все остальные страны семерки вместе взятые: Канада, Франция, Германия, Италия, Япония, Великобритания.

Экономический рост в беднейшей природными ресурсами стране, Японии, называют “экономическим чудом”. Объяснение этому явлению очевидно: научно-техническая политика является ядром всей экономической стратегии государства. Намерения правительства этой страны заключаются в следующем: вывести Японию в мировые лидеры в новейших, еще не сформированных областях и производствах. К таким отраслям относят шесть областей науки техники: опtronика, новые материалы, большие ЭВМ, мощные лазеры, ускорители частиц, искусственный интеллект.

Кроме этого, осознавая важность развития нематериальных активов, лидеры мирового сообщества используют льготную систему налогообложения для предприятий, занимающихся инновационной деятельностью. В США, например, затраты предприятий на НИОКР не облагаются налогом в полном объеме. В странах Евросоюза налоговая нагрузка в 1,5–2 раза ниже для инновационных предприятий [7]. В России нет льгот в области налогообложения. Единственное некоторое послабление налоговой нагрузки для организаций, занимающихся инновационной деятельностью – инвестиционный налоговый кредит, который представляет собой отсрочку платежей по налогу на прибыль или налогам на уровне субъектов федерации. Такую отсрочку, в полной мере, назвать льготой нельзя. Это форма внешнего финансирования, эффективность использования

выражается в разнице процентов по предоставлению инвестиционного налогового кредита и процентов по кредитам в банковской системе. Кроме этого организациям разрешается оформлять патенты на объекты интеллектуальной собственности на работников организации, как физических лиц, а затем по лицензионному договору передавать организации. Физическому лицу – работнику организации выплачивается лицензионное вознаграждение, включаемое в себестоимость. Следовательно, можно иметь сокращение налога на прибыль, экономию на отчислениях во внебюджетные фонды и подоходному налогу. Данное мероприятие, скорей всего, можно назвать законным уходом от налогов, чем продуманной политикой государства в области формирования инновационной политики.

3. Еще более сложные проблемы связаны с оценкой нематериальных активов. В оценке наблюдаются две тенденции: либо оценивается только то, что указано в балансе, либо выявляются все существующие нематериальные активы и оцениваются независимо от состояния баланса. Оценщики, согласно стандартам оценки **TEGOVA 2000**, должны принимать во внимание все нематериальные активы, как учитываемые на балансе, так и не учитываемые, к которым относятся, например, деловая репутация и “собранные вместе и обученная рабочая сила”. Эти активы, являясь нематериальными, неотделимы от человека, не могут принадлежать компании, но могут значительно влиять на рыночную стоимость предприятия.

4. Развитие нематериальных активов требует больших финансовых вложений и дополнительных инвестиций, причем инвестиции носят долгосрочный характер. Большинство российских организаций не в состоянии самостоятельно решить эти финансовые проблемы, поэтому на современном этапе развития российской экономики для инновационного развития необходима государственная поддержка.

5. В конкурентной борьбе побеждает тот, кто наиболее эффективно управляет имеющимися ресурсами. Многие экономисты приоритет влияния инновационной деятельности и человеческого капитала на экономический рост отдают микроуровню, так как именно внутри организаций, преследующих коммерческий успех, человеческий капитал и нематериальные активы приносят конкретный доход. Американский экономист М. Портер показал, что предприятие может достигнуть конкурентного преимущества, осуществляя производство с меньшими издержками или на основе дифференцированного качества продукции, т. е. осуществляя инновационную деятельность. Основной мотивацией для организаций служит перспектива создания инновационной монополии в случае успешного патентования

нововведения или засекречивания, следовательно, получение сверхприбылей.

В условиях гиперконкуренции особое значение приобретает конкурентоспособность участников ранка. Главными инструментами конкурентной борьбы в этой ситуации становятся: постоянное совершенствование бизнес-процессов и настройка на потребителя, более полный учет его индивидуальных потребностей. Как первая, так и вторая стратегия требует эффективного использования интеллектуальных ресурсов фирмы.

Жесткая конкуренция породила нарастающую волну новшеств, значительно увеличила число и разнообразие высокотехнологичных товаров и услуг, а также существенно сократила продолжительность жизненного цикла товаров. Стратегия ускоренной и постоянной замены товаров и услуг становится типичной для многих организаций.

Изменение в направленности и характере конкуренции вызваны глобализацией экономики. Глобализация рынка, новые технологии, растущее давление со стороны акционеров – все это породило гиперконкуренцию, вышедшую за пределы национальных экономик.

Россия также втянута в процесс глобализации. При всем своем масштабном потенциале современная российская экономика может эффективно развиваться лишь при активном взаимодействии с мировым рынком товаров и услуг. Того же требуют проводимые в стране рыночные преобразования. Но правила игры на мировом рынке в условиях глобализации определяются ныне коллективно, при решающей роли в этом Всемирной торговой организации (ВТО), объединяющей 150 государств и покрывающей свыше 95 % оборота мировой торговли.

В перспективе Россия должна присоединиться к ВТО. Однако нормы и правила ВТО создают принципиально новую организационно-правовую среду функционирования, а это вызывает в стране неоднозначную реакцию. Вступление в ВТО должно создать для российских организаций равные и благоприятные условия для коммерческой деятельности в иностранных государствах. Но никакие всемирные организации и зарубежные государства не будут защищать нашу интеллектуальную собственность. Каждая организация до выхода на мировые рынки должна четко осознавать, что только правильно оформленное право на нематериальные активы дает возможность получения конкурентного преимущества. И только развитие нематериальных активов даст возможность российским организациям конкурировать не только на внешних, но и на внутренних рынках, которые при вступлении в ВТО будут открыты для иностранных организаций. Расширенный доступ на

отечественный рынок импортных товаров и услуг способен существенно обострить конкуренцию к чему российские организации пока не готовы, так как использование новейших технологий приводит в среднем к четырехкратному превосходству американских компаний над российскими в производительности труда. Это в особенности относится к предприятиям пищевой, фармацевтической, химической авто- и авиастроительной, легкой и электронной промышленности, секторам страхования, финансовых услуг и науки.

Главные проблемы российской науки в разрезе развития нематериальных активов значительно обостряются: недофинансирование со стороны государства приведет к тому, что наша наука будет активно финансироваться нерезидентами, поскольку они, при высокоразвитой банковской системе, имеют возможность пользоваться более крупными, длинными и дешевыми кредитными ресурсами. В России денег на науку нет, потому что мы не научились правильно развивать и использовать свои многочисленные нематериальные активы, не умеем зарабатывать на них деньги.

Важно не упустить время. Когда начнется активное освоение российского рынка нерезидентами, наступит кризис отечественного производителя, и реформы проводить будет уже поздно, поскольку все силы будут брошены на преодоление кризиса. Поэтому сегодня отечественным организациям нужно подготовиться к приходу на рынок нерезидентов и усилить свои бизнесы, чтобы составить достойную конкуренцию международному бизнесу и сохранить контроль над национальной экономикой. Усиление бизнеса – это в первую очередь развитие интеллектуальной собственности и нематериальных активов.

6. Специфической способностью нематериальных активов, влияющей на развитие, является возможность многократного использования. В отличие от материальных активов, а именно движимой и недвижимой собственности, нематериальные активы являются не вещественными. Они заключаются не в вещественных воплощениях, а в реализованной в них информации. Ее можно воплощать в осязаемые объекты неограниченное число раз. Она не подвержена физическому износу. Для нее характерны только моральный и внешний износ, т. е. ее можно использовать до тех пор, пока она не устареет, либо пока какие-то внешние факторы (законодательство, макроэкономические показатели) не продиктуют нецелесообразность ее использования.

7. Экономическая свобода ограничена правами на нематериальные активы, то есть организация может производить не любую продукцию или услугу, и использовать не любую технологию, а только ту продукцию, услугу и технологию, которые не запатен-



тованы третьими лицами. Правильно оформленные права на нематериальные активы дают свободный выход на рынок ограниченный только емкостью рынка, так как названные права дают возможность формирования общепринятой, единственной поощряемой во всем мире монополии, позволяющей устойчиво получать сверхприбыли. Процесс оформления прав задача непростая, требующая специфических знаний и квалифицированных специалистов, к которым относят патентных поверенных. Но, к сожалению, количество таких специалистов ограничено. В Курганской области работает один патентный поверенный, в Свердловской 16, в Челябинской 12, в Тюменской 5, в Москва 675, в Санкт-Петербурге 162. Всего в государственном реестре патентных поверенных на конец 2006г. зарегистрировано 1119 патентных поверенных[8].

Квалифицированные специалисты необходимы и для принятия решения об использовании нематериальных активов, а именно: использовать без правовой охраны, получить охранный документ; засекретить инновационную информацию.

Использовать новую идею без правовой охраны, отбросить или опубликовать рекомендуется, если распознаваемый объект не обладает достаточной ценностью. В такой ситуации нет нужды в его охране, т. е. предприятие просто может использовать объект или отвергнуть его, или опубликовать достигнутые результаты, чтобы сделать данный отчет публично доступным и, тем самым, предостеречь, кого бы то ни было еще от претензии на него как на свою интеллектуальную собственность.

Получить охранный документ, зарегистрировать права рекомендуется, если распознаваемый объект обладает достаточной ценностью и его охрана позволит предприятию создать инновационную монополию. Такой режим охраны применяется тогда, когда есть риск, что другие предприятия с учетом современного развития науки смогут прийти к таким же результатам. Например, до сих пор не решен спор в приоритете изобретения радио. Русский ученый Александр Степанович Попов, итальянский ученый Гульельмо Маркони, сербский изобретатель Никола Тесла в 1895году независимо друг от друга заявили миру о гениальном изобретении. Александр Балл признан изобретателем телефона, хотя свою заявку

в 1876году он подал всего лишь на два часа раньше соперника Э. Грея. Важные рекомендации для предприятия: зарегистрировать заявку в странах возможного использования и принять меры для защиты, упомянуть о существовании охранной документации в рекламе и на упаковке.

Засекретить инновационную информацию рекомендуется, если информация обладает определенной ценностью и развитие базовых наук не дает повода думать, что другие субъекты смогут достичь подобных результатов, опираясь на известные научные открытия. Это обстоятельство обычно касается секретов производства (например, компания “Coca-Cola” почти столетие держит в секрете рецепт напитка с мировой известностью). Такие объекты предприятию рекомендуется использовать в режиме “ноу-хау”. Надо отметить, что инновационная монополия, созданная на базе “ноу-хау” может сохраняться десятки лет, охранный документ на изобретение действует всего 20 лет. Главные задачи предприятия спрогнозировать, что никто в мире не сможет придти к этому изобретению самостоятельно и надежно засекретить информацию.

Таким образом, мировая экономика в своем развитии переходит от индустриального и постиндустриального уклада к инновационному типу экономики. Инновационная составляющая экономического роста определяется уровнем интеллектуальных ресурсов, которые генерируют нематериальные активы. Главным источником благосостояния государства становятся не природные ресурсы, а творческие достижения людей: результаты интеллектуальной деятельности, основанные на знаниях и опыте. Главным источником благосостояния организации становятся не столько материальное производство, сколько нематериальные активы, обеспечивающие само существование и масштаб материального производства. При этом самыми ценными инновациями являются те, что обретают форму охраняемой законом интеллектуальной собственности, то есть форму нематериальных активов, которые дают возможность создать инновационную монополию. Учитывая особенности развития и оценки нематериальных активов, необходимо формировать стратегию экономического развития на государственном уровне и на уровне организаций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Налоговый кодекс РФ.
2. «Человек и труд» № 3 // «Человеческий капитал – определяющий фактор экономического роста» А.И. Саенко. 2002.
3. **Афонин И.В.** Инновационный менеджмент: Учебное пособие. М.: Гардарики, 2005. 224 с.
4. **Маркс К.** Экономические рукописи // Полное

собрание сочинений. М.: Москва, 1982.

5. Инновации №7(105) // «Блеск и нищета инновационной сферы». В.К. Лисин, 2007.

6. Финансовый бизнес №11–12 // «Государственное финансирование инновационной деятельности». Д. Копурин. 2000.

7. Экономика и жизнь № 3 // «Недооцененный потенциал интеллектуальной собственности». Б. Ле-

онтьев. 2004.

8. Интернет ресурсы www.fips.ru, [pu.wikipedia](http://ru.wikipedia.org).

Крамарев А.Н.

ПРОБЛЕМЫ КООРДИНАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

На потребительском рынке (ПР) работает значительное число экономических субъектов, деятельность которых, даже самых результативно функционирующих, необходимо координировать. В противном случае деятельность отдельных секторов рынка, организаций может оказаться эффективной, а конечный результат функционирования отрасли в целом – отрицательным.

Координация потребительского рынка – это совместное упорядочение деятельности всех участников потребительского рынка, согласование их общих, групповых и индивидуальных интересов; это увязка, приведение в соответствие каких-либо процессов, операций, действий, явлений, происходящих на потребительском рынке в целях максимизации удовлетворения потребностей каждого его участника и обеспечения эффективного социально-экономического развития торговли, сферы услуг, бытового обслуживания и общества в целом. По нашему мнению, можно выделить четыре основные, взаимосвязанные сферы координационной деятельности, а именно осуществление координации взаимодействий:

- органов государственного регулирования ПР, в т. ч. координации действий структурных или территориальных подразделений одного и того же органа вышестоящим должностным лицом;
- участников ПР, в т. ч. координации взаимодействий торговых организаций между собой, координации взаимодействий потребителей между собой, взаимодействий торговых организаций с потребителями и пр.;
- органов государственного регулирования с участниками ПР, в т. ч. с предприятиями торговли, общественного питания и бытового обслуживания, товаропроизводителями, потребителями, саморегулируемыми организациями, общественными организациями;
- внутри конкретного хозяйствующего субъекта (участника ПР).

Основными направлениями координационной деятельности на потребительском рынке являются:

координация инвестиционных проектов, координация деятельности, связанной с развитием, распределением и профессиональной подготовкой трудовых ресурсов, и миграционных процессов, координация развития предпринимательства (конкуренции), координация деятельности по размещению (зонированию) торговых объектов, координация деятельности по борьбе с реализацией контрафактной продукции, координация системы защиты прав потребителей, координация деятельности подведомственных организаций, координация информационных систем, информационных ресурсов, сетей связи и информационных технологий, координация деятельности, связанной с формированием и развитием инновационной инфраструктуры, координация выставочно-ярмарочной деятельности и др.

В связи с этим исследование проблем координации ПР, по нашему мнению, следует вести в рамках вышеназванных сфер и направлений.

По основным факторам возникновения проблемы координации ПР можно разделить на: финансово-экономические; юридическо-правовые; научно-методические; социально-психологические; идеологические; культурно-этические; морально-нравственные; информационные; инновационные; организационные.

Финансово-экономические проблемы координации ПР включают в себя проблемы финансового обеспечения процесса координации. Из-за недостаточного количества инвестиций и низкой эффективности инвестиционной деятельности, как на уровне государства, так и на уровне участников рынка, механизм координации обеспечен ресурсами в недостаточной степени, что влияет на результативность его функционирования.

Кроме того, проблема состоит в развитии стимулирующей функции налогообложения, улучшении администрирования и ликвидации схем ухода от налогов, нарушающих равные условия конкуренции, т. к. налоги, являются основным

источником финансирования координационной деятельности, осуществляемой государственными органами.

Увеличить финансовую обеспеченность координации ПР должен процесс концентрации и интеграции капитала за счет слияния предприятий и образования сетей, в т. ч. международных и региональных, создание специальных фондов поддержки малого бизнеса, системы микрокредитования, создание системы стимулирования инвестиционной деятельности участников рынка. Заслуживает поддержки предложение о восстановлении налога с продаж, который может стать основой финансовой автономии регионов и муниципальных образований, их заинтересованности в развитии бизнеса и его координации на своей территории.

Юридическо-правовые проблемы включают в себя, во-первых, несовершенство действующего законодательства, которое не учитывает современных тенденций развития отрасли (нормы устарели, весьма разрознены и не носят системного характера), во-вторых, неразработанность законодательной базы; в-третьих, проблемы, связанные с криминализацией хозяйственной жизни; в-четвертых, неэффективное правоприменение.

Сегодня, нормативное и правовое регулирование развито недостаточно, в особенности на федеральном уровне: отсутствует единый нормативно-правовой акт, регулирующий сферу внутренней торговли, отсутствуют законы, регулирующие правила взаимоотношений между потребителем, торговым бизнесом и властью, практически отсутствует нормативно-правовая база, регламентирующая функционирование организаций оптовой торговли; не устранены противоречия и разрозненность отдельных нормативных актов (в т. ч. в области регулирования алкогольного рынка); отсутствует четкое определение требований как к торговым организациям, так и к контрольно-надзорным органам (отсутствуют единые Правила работы розничных торговых предприятий, в Кодексе об административных правонарушениях не прописаны конкретные составы нарушений в этой области). Законодательство РФ не предусматривает четкого разграничения полномочий федеральных, региональных органов государственной власти, а также органов местного самоуправления в сфере торговой деятельности.

Остаются не урегулируемыми законодательством новые формы взаимодействия между участниками торгового оборота (электронная торговля, магазины-склады типа Кэш энд Кэрри, крупные торговые объекты и др.).

В сфере потребительского рынка существует множество грубейших нарушений законодательства, в частности высокая доля теневого оборота, взяточничество, сращивание некоторых чиновников государственных органов с организованной преступностью, возможность доступа криминальных структур к управлению частью торговли и сферы услуг и их проникновение в различные властные структуры, нарушаются трудовые права работников, допускается реализация фальсифицированных, недоброкачественных товаров.

В целях увеличения эффективности координации ПР необходимо: создать стабильное законодательство, определяющее единые правила поведения на потребительском рынке для всех экономических субъектов (Закон РФ “О регулировании розничной торговли, общественного питания и бытового обслуживания в Российской Федерации”, Закон РФ “О франчайзинге” и пр.); устранить существующие пробелы и противоречия в нормативном правовом регулировании; законодательно закрепить перечень полномочий органов исполнительной власти всех уровней (федерального, регионального, местного) по вопросам организации торговли и сферы услуг; принять единый акт, осуществляющий системную, комплексную регламентацию деятельности всех участников рынка и координации их деятельности; привести региональную нормативную правовую базу в соответствии с федеральным законодательством; разработать и ввести новые нормативы и стандарты, регламентирующие деятельность на потребительском рынке, внести изменения в антимонопольное законодательство; принять как можно скорее ряд федеральных и региональных законов, регулирующих деятельность в сфере потребительского рынка в РФ, и предназначенных для защиты интересов товаропроизводителей и потребителей и учитывающих намерения РФ вступить в ВТО.

Необходимо усовершенствовать механизм исполнения принятых законодательных актов, систему своевременного доведения до экономических субъектов законов и подзаконных актов.

Научно-методические проблемы связаны с недостаточной разработанностью проблемы координации потребительского рынка в отечественной экономической науке и практике; с малоизученностью происходящих на потребительском рынке самоорганизующихся и саморегулируемых процессов; недостаточной проработанностью методологических основ и

методик объективной оценки эффективности функционирования системы координации потребительского рынка; отсутствием разработок по совершенствованию механизма координации ПР. Мало исследованы наукой этические аспекты в деятельности организаций ПР, в т. ч. идеи космополитизма, недооценка этого феномена со стороны государства.

Решение этих проблем заключается в разработке терминологического аппарата, систематизации организации сферы потребительского рынка на научной основе, в активизации (стимулировании) научных исследований проблем функционирования потребительского рынка и системы его координации, в подключении к ним специалистов из разных областей знаний, в научном обосновании форм и методов координации, в разработке методик и методов координации.

Социально-психологические проблемы – это проблемы, возникающие из-за наличия в общественной жизни противоборствующих тенденций, столкновения противоречивых целей, интересов, неопределенности поведения, многовариантного, вероятностного характера социальных процессов. Они заключаются в необходимости изменения сознания людей, их ценностных ориентаций, представлений, стереотипов, являющихся регуляторами социального поведения личности, в нужном обществе направлении; в адекватном кадровом обеспечении процессов координации.

Нахождение баланса интересов всех участников потребительского рынка является важнейшей проблемой в связи с увеличением числа и разнообразия связей участников рынка. Современные тенденции развития социального партнерства между участниками ПР позволяют строить отношения между ними на качественно новом уровне, что способствует достижению более высоких результатов их деятельности и отрасли в целом.

Проблемы кадрового обеспечения процессов координации включают в себя проблемы недостаточного профессионализма и квалификации, неправильного подбора, обучения и переподготовки специалистов, занимающихся вопросами координации; проблемы недостаточного количества центров по подготовке, переподготовке, повышению квалификации специалистов по координации потребительского рынка.

Для решения этих проблем следует унифицировать системы подготовки, адаптации и переподготовки специалистов в области координации потребительского рынка, использовать

международные и национальные программы подготовки и повышения квалификации, создать центры обучения, использовать новые методы обучения, проводить собеседования, консультации по правовым и социальным вопросам организации собственного дела, проводить молодежную кадровую политику; наладить социальное партнерство между госорганами, организациями и учебными заведениями по целевой подготовке и переподготовке кадров. В настоящее время гендерные вопросы должны рассматриваться в качестве важнейших, учитываемых при разработке концепции координации потребительского рынка, планировании и выборе стратегических направлений ее реализации.

Идеологические проблемы связаны с отсутствием должной идеологии в стране и проецировании ее на процессы координации потребительского рынка; они связаны с несовершенством механизмов формирования экономической политики, лоббизмом при принятии экономических решений, с непродуманной политикой в сфере ПР, с отсутствием обоснованных концепций и программ социально-экономического развития отрасли, с протекционизмом и дискриминацией отдельных участников рынка, заложенных в нормативных актах, с отсутствием должной пропаганды и агитации идей социально-ориентированного рынка.

В настоящее время власти почти повсеместно проводят политику дискриминации средних и малых предприятий (это касается механизма предоставления земельных участков, объектов недвижимости и пр.), вследствие чего, с одной стороны, повышается степень концентрации рынка, происходит быстрый рост крупных предприятий, применяющих современную сетевую технологию, с другой стороны, уменьшается число объектов мелкорозничной торговли.

Эффективность координации ПР возможно повысить путем формирования и реализации логически выстроенной научно обоснованной концепции развития и координации потребительского рынка, на основе которой могут быть разработаны стратегия, отраслевые индикативные программы развития торговли и сферы услуг, специальные целевые программы развития системы координации; путем обоснования целей, задач и функций системы координации потребительского рынка, нахождения и соблюдение принципов организации ее построения и функционирования; выбора оптимальных стратегий и политики объединений предпри-

нимателей; организации проведения различных профессиональных конкурсов и чемпионатов.

Культурно-этические проблемы заключаются в отсутствии традиций и должного уровня экономической и правовой культуры населения, культуры предпринимательства, в несоблюдении этических норм.

Присутствие или отсутствие этических начал в субъективных функциях предприятий потребительского рынка во многом объясняет природу конфликтов в ряде предприятий и между ними, что в последнее время часто наблюдается в отечественной практике.

В основу принимаемых решений участниками ПР должны быть положены два начала – честность и компетентность как две важнейшие ценности в поведении всех экономических субъектов, как основополагающие принципы построения современной социально ориентированной экономической политики страны.

Морально-нравственные проблемы – это проблемы, связанные с моральной ответственностью за принимаемые решения и за последствия этих принимаемых решений. Эти проблемы связаны с несовпадением моральных ценностей общества с ценностями внутри отдельно взятого предприятия или группы предприятий потребительского рынка, с недоверием к партнерам, органам государственной власти, со стремлением уйти из под надзора государства и саморегулируемых организаций, с недоверием потребителей к организациям, работающим на ПР.

Решение данных проблем во многом определяется: закреплением прав и ответственности в законодательных актах, договорах, меморандумах; системой образования и воспитания; пропагандой социальной ответственности бизнеса, экологической ответственности и пр.; с разработкой мер, позволяющих персонифицировать ответственность за результаты конкретных специалистов, принимающих решения в сфере координации потребительского рынка.

Информационные проблемы – это проблемы, обусловленные неполнотой, неточностью, искажением, потерей и запаздыванием информации различного рода. К ним относятся, во-первых, проблемы отсутствия разностороннего статистического учета многих показателей (отсутствуют статистические данные о применении методов координации, нет достоверных статистических данных о точном количестве существующих в РФ франшизных систем, о

наличии и размещении различных типов торговых предприятий и пр.), во-вторых, проблемы правильного сбора, обработки, анализа, оценки, передачи полученной информации, в-третьих, проблемы, связанные с информационной закрытостью экономических субъектов, не желающих предоставлять информацию о себе, в-четвертых, невысокая осведомленность предприятий ПР о методах менеджмента, о получении господдержки, участия в аукционах, выставках, ярмарках и пр., препятствующая интенсивному развитию отрасли, в-пятых, слабая осведомленность потребителей о своих правах и возможностях их отстаивания.

В целях создания условий для эффективного и качественного информационного обеспечения решения стратегических и оперативных задач координации потребительского рынка необходимо: организовать статистическое и информационно-аналитическое наблюдение за состоянием рынка товаров и услуг на всей территории РФ; сформировать государственные информационные ресурсы (единые базы данных) и установить перечень представляемой для них обязательной документированной информации; создать информационно-аналитические центры (региональные, межрегиональные), которые будут собирать статистические данные, заниматься рекламой и распространением информации необходимой для предприятий отрасли и потребителей; обеспечить доступность информации о деятельности органов государственной власти.

Грамотная организация документооборота на бумажных носителях и в электронном виде, назначение “точек ответственности” за предоставление информации позволят рационализировать процесс координации. Работа с единой базой данных, которая имеет установленные права доступа, порядок внесения и передачи информации значительно облегчат работу специалистов, руководителей предприятий, обществ потребителей и государственных органов. Особое внимание следует уделить регламентации передачи информации между отдельными государственными органами, между предприятиями и государственными органами, а также между отдельными предприятиями отрасли, их объединениями.

Инновационные проблемы – это проблемы, связанные с нововведениями, с необходимостью применения новых форм и методов координации, новых методов регулирования, контроля (надзора), анализа, с необходимостью модернизации

программно-информационных технологий, используемых государственными органами и хозяйствующими субъектами.

К ним следует отнести проблемы слабого использования скрытых внутренних резервов координаторов, в т. ч. инструментария когнитивного менеджмента. Очень важным становится внедрение системы “электронный” чиновник, коммуникации через Интернет.

Организационные проблемы представляют собой большой блок проблем, включающий в себя, во-первых, пространственно-временные проблемы, во-вторых, технические проблемы и, в-третьих, оперативно-управленческие проблемы.

В связи с тем, что операции координации потребительского рынка распределены в пространстве и во времени, на появление пространственно-временных проблем влияют, прежде всего, значительные диспропорции в расположении сети организаций потребительского рынка по территории РФ; чрезвычайная неравномерность распределения товарооборота по территории РФ; неравномерное размещение населения, транспортных магистралей и др., которые воздействуют на эффективность функционирования системы координации ПР. Временные проблемы включают в себя проблему минимизации времени принятия и реализации решения, а также оптимизации времени применения тех или иных методов координации.

Технические проблемы связаны с недостаточной технической оснащенностью органов и организаций, осуществляющих координационную деятельность, с использованием устаревшего компьютерного оборудования, с недостаточным внедрением новой техники, с отсутствием в большинстве районов страны современных телекоммуникационных сетей; низкой степенью доступности Интернета; нехваткой технической грамотности в области компьютерной техники и технологий. Для их решения, на наш взгляд, следует разработать отраслевую научно-техническую политику, что позволит оснастить координаторов рынка новой техникой и оборудованием, возможно использование механизма лизинга.

Блок оперативно-управленческих проблем включает в себя проблемы, связанные с эффективностью координационной деятельности на потребительском рынке, с организацией наиболее эффективного использования задействованных ресурсов, с отсутствием целостной системы государственного регулирования и контроля организаций торговли, общественного питания и бытового

обслуживания, с нерациональным распределением контрольных полномочий и их избыточностью, с многочисленностью контролирующих органов и дублированием их функций (в настоящее время деятельность организаций потребительского рынка имеют право проверять 47 контрольно-надзорных органов).

Основными оперативно-управленческими проблемами являются проблемы согласованного взаимодействия между участниками потребительского рынка: между отдельными государственными органами, между государственными органами и предпринимательскими структурами, между различными предпринимательскими структурами; между предпринимательскими структурами и потребителями.

Большой проблемой становится обеспечение эффективного взаимодействия государственных органов исполнительной власти всех уровней, координирующих потребительский рынок, необходимость налаживания контактов и информационных взаимосвязей между координаторами (Минэкономразвития, Минздравсоцразвития, Минпромэнерго, Роспотребнадзор, Росздравнадзор и др.). Выход состоит в четком, прозрачном разграничении полномочий между органами государственной власти, в совершенствовании структуры управления, исключающей дублирование функций (госорганы должны быть компактны и эффективны), в оптимизации взаимосвязи между координаторами, в подготовке соглашения о взаимодействии между координаторами в соответствии с которым должны быть разделены сферы ответственности, установлен порядок обмена информацией и определен порядок действий, в создании единого органа регулирования потребительского рынка (мегарегулятора).

Основной проблемой во взаимодействии государственных структур с предпринимательскими структурами, это низкое качество услуг, предоставляемых государственными службами; затрудненность прохождения административных процедур; неэффективная работа органов регулирования и надзора; коррупция; проблемы правильного выбора и эффективного использования методов координации ПР; отсутствия универсальных методов и опыта управления разноформатными торговыми организациями и разнообразными современными торговыми процессами; наличие практики привлечения посреднических фирм при прохождении предпринимателями различных административных процедур; низкая эффективность деятельности госорганов.



Решение проблем заключается в организации мониторинга и прогнозирования развития потребительских рынков, в улучшении оперативного управления координационными процессами, в повышении производительности труда государственных гражданских служащих, во внедрении передовых методов координации, в создании комплексной системы оценки и стимулирования результатов деятельности служб координации и отдельных специалистов, в учете гендерных особенностей, в изменении менталитета чиновничества, в обеспечении надлежащего количества и качества предоставляемых услуг, в активном вовлечении представителей саморегулируемых и общественных организаций в процесс подготовки и принятия решений в сфере потребительского рынка, в развитии государственно-частного партнерства с использованием контрактной системы, механизма концессий, в проведении рабочих встреч, совещаний, переговоров, консультаций, создании комиссий, советов и пр.

Обострившимися проблемами во взаимодействии экономических субъектов, функционирующих на потребительском рынке, являются: негативное партнерское поведение крупных торговых сетей по отношению к поставщикам (в области сбыта, ценовой политики и пр.), недобросовестная конкуренция (экономический шпионаж, подкуп, переманивание, морально-психологическое и физическое воздействие на специалистов, побуждение служащих конкурента к нарушению или разрыву контрактов с нанимателем, засылка агентов, неправомерное использование торговой марки, товарных знаков и раскрытие ноу-хау конкурента, подмена документов, использование информационных ценностей конкурента, бойкотирование торговли другого предприятия для противодействия или недопущения конкуренции, срыв сделок и контрактов, намеренное копирование услуг, рекламы и других аспектов деятельности конкурента, ложная реклама, фальсификация и подделка продукции конкурента, мошенничество, клевета, шантаж, обман), монополизация рынка крупными сетями, ценовые сговоры, демпинг с целью подрыва экономической устойчивости конкурента или вытеснения его с рынка, скупка контрольного пакета акций конкурирующей фирмы и др. Выход в обеспечении баланса развития различных форматов, размеров и организационно-управленческих форм; в совершенствовании механизма обес-

печения баланса интересов торговых сетей и предприятий-поставщиков; в поддержке и содействии со стороны органов государственной власти малому предпринимательству, в создание интеграционных торгово-промышленных структур, действующих на основе совместной добросовестной взаимовыгодной работы ее участников, а также жесткий антимонопольный мониторинг рынка.

На потребительском рынке имеет место обман потребителей, продажа контрафактной, недоброкачественной продукции, оказание некачественных услуг, что свидетельствует о недостаточно эффективном взаимодействии предпринимательских структур с потребителями. С другой стороны имеет место проявление покупательского экстремизма, подделка кредитных карточек и пр. Выход в формировании и функционировании обществ защиты прав потребителей, некоммерческих организаций, занимающихся экспертизами потребительских товаров и услуг, контролирующих рынок, в создание колл-центров.

Надо отметить, что вышеназванные проблемы тесно взаимосвязаны друг с другом. Большинство из них является следствием общих проблем социально-экономического развития страны: проблемы налоговой, банковской, кредитной систем, инфляцией, недостаточно высокой покупательной способностью населения; отсутствии оптимальной системы защиты прав собственности, в т. ч. интеллектуальной и др. Они усугубляются отсутствием эффективной инфраструктуры рынка, чрезвычайной дифференцированностью процессов экономического и социального развития разных территорий страны, значительным увеличением количества и разнообразия объектов координации, уровней их развития и пр., увеличением количества функций государственных органов по регулированию деятельности организаций ПР, расширением экономических методов регулирования ПР и др. Кроме того, на эти проблемы существенное влияние оказывают географические, природно-климатические, социальные и экономические особенности конкретных территорий.

Таким образом, растущая глобализация и интеграция создает предпосылки к увеличению взаимосвязей между участниками потребительского рынка, что в свою очередь приводит не просто к возрастанию роли координации, а к качественным изменениям во всей структуре, процессе и методах координации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Алексеев С.В.** Правовое регулирование предпринимательской деятельности. М.: ЮНИТИ, 2004.
2. **Галицкий Е.** Коррупционные взаимоотношения бизнеса и власти. // Вопросы экономики. № 1. 2007, с. 19–32.
3. **Грунин О.А., Грунин С.О.** Экономическая безопасность. СПб.: Питер, 2002.
4. **Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В.** Организация и правовое обеспечение бизнеса в России: коммерция и технология торговли. М.: Изд-во Дашков и К, 2007.
5. **Новоселов А.С.** Региональный потребительский рынок. Проблемы теории и практики. / Отв. ред. В.В. Кулешов. Новосибирск: Сибирское соглашение, 2002.
6. **Ньюмэн Э., Каллен П.** Розничная торговля: организация и управление. СПб.: Питер, 2007.
7. **Ростанец В.Г.** Регулирование потребительского рынка региона в условиях переходной экономики: роль государства, предпринимателей, потребителей. М.: Прометей, 2000.

Николова Л.В.

ОБОСНОВАНИЕ ПРИМЕНИМОСТИ МОДЕЛИ СОЛОУ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА

Статистика о состоянии экономики последних лет свидетельствует о тенденциях улучшения ситуации в стране, чему способствует инновационный путь развития.

В создании в России национальной инновационной системы особую важность приобретают инновационные комплексы регионов, формирующих ее. Для управления развитием национальной инновационной системы необходимо сформировать ее экономико-математическую модель, одной из составляющих которой является экономико-математическая модель инновационного комплекса региона.

В работе рассмотрен первый этап исследования для обоснования экономико-математической модели инновационного комплекса региона, представляющего собой сложную динамическую систему, используя ее, можно оценить закономерности регионального распределения инновационного потенциала, проанализировать факторы, влияющие на показатели развития региона и управлять инновационным процессом.

В настоящее время управление инновационной политикой страны происходит в соответствии со следующими нормативными документами:

- “Концепция стратегий социально-экономического развития регионов РФ”;
- “Стратегия Российской Федерации в области развития науки и инноваций на период до 2010 года”;
- “Основные направления политики РФ в области развития инновационной системы на период до 2010 года”;
- “Стратегия Российской Федерации в области развития науки и инноваций на период до 2015 года”.

Вышеперечисленные документы дополняют региональные нормативные акты, в которых конкретизируются цели и задачи развития инновационного комплекса региона.

Целью региональной теории развития является разработка концепции развития региона, представляющей собой комплексную программу,

позволяющую решить проблемы развития инновационного комплекса региона: создание эффективных производственных комплексов, селективную дисперсию производства и населения, эффективное использование внутренних ресурсов региона. Базой современной региональной экономической теории развития является теория полюсов или центров роста. Ее достоинством является значительное продвижение к формированию системного подхода в региональной науке. Данная теория представляет собой совокупность трех концепций – “доминирующей экономики”, “гармонизированного роста” и всеобщей экономики. Однако теория полюсов роста остается недоработанной, не решен ряд принципиальных вопросов, в частности, о количестве населения в центрах роста, об их функциональной иерархии с учетом статуса региона и его концептуальных задач. Недостатки теории полюсов частично устраняются применением теории развивающихся систем, суть которой сводится к тому, что результат работы любой системы можно свести к оценке некоего интегрального показателя – параметра, характеризующего реакцию системы на изменения в окружающей среде ряда локальных параметров.

Инновационный комплекс региона представляет собой экономическую целереализующую самоорганизующуюся развивающуюся систему региональных хозяйственных единиц (предприятий, организаций), объединенных социальными, экологическими, научно-техническими, производственно-технологическими и организационно-хозяйственными связями.

Все многообразие подходов исследования свойств систем делится в самом общем виде на анализ и синтез, которые в свою очередь используют следующие подходы:

- анализ: функциональный и структурный;
- синтез: эмерджентный и синергетический.

Эмерджентность – наличие у системы свойств целостности (эмерджентных свойств), т.е. таких свойств системы, которые не присущи составляющим ее подсистемам и входящим в нее элементам.

Синергетика – (от греческого Synergetiros – совместный) выявление и познание общих закономерностей, управляющих процессами самоорганизации развивающихся в системах. При построении экономико-математической модели (далее по тексту: модели) инновационного комплекса региона используем синергетический подход исследования данной системы.

На первом этапе создания модели инновационного комплекса региона представим ее состоящей из двух основных подсистем научно-производственной и финансово-кредитной. Любая из этих подсистем – самоорганизующийся и развивающийся, что дает возможность любой их элемент рассмотреть как контур обратной связи, состоящий из управляемого объекта O и органа управления R (рис. 1).

x – вход в управляемый объект (например, ресурсы); y – выход из управляемого объекта (например, продукция); u – управляющий сигнал (выход органа управления).

Пунктиром обозначен агрегированный элемент, в данном случае, инновационный комплекс региона.

Элементы, из которых состоят подсистемы научно-производственная и финансово-кредитная, могут быть статическими или динамическими, поэтому для формирования модели можно использовать модель Солоу.

При использовании модели Солоу, инновационный комплекс региона, рассмотрим как замкнутое единое неструктурированное целое, производящий один универсальный продукт, который может как потребляться, так и инвестироваться.

$$\begin{aligned} Y_t &= F(K_t, L_t), \\ Y_t &= I_t + C_t, \\ K_t &= (1 - \mu) K_{t-1} + I_t - 1, \\ L_t &= (1 + \nu) L_{t-1}, t = 1, 2, \dots, T, \end{aligned} \quad (1)$$

В этой модели рассматривается пять макроэкономических показателей (эндогенных переменных):

Y – валовой региональный продукт (ВРП); I – валовые инвестиции; C – фонд потребления; K – основные производственные фонды (ОПФ); L – число занятых в научно-производственной деятельности.

Первые три переменные (Y, I, C) являются показателями типа потока (их значения накапливаются в течение года), переменные K, L – мгновенные переменные (их значения могут быть измерены в любой момент времени).

Рассмотрим два варианта модели: с дискретным временем и с непрерывным временем инновационного процесса.

Модель Солоу с дискретным временем. Модель Солоу с дискретным временем задается системой уравнений вида: (1), где $t = 0$ – базовый год; $t = T$ – конечный год изучаемого периода; K_0, I_0, L_0 считаются заданными.

С содержательной точки зрения эти уравнения имеют следующий смысл. Первое уравнение задает ВРП как производственную функцию от ресурсов – основных производственных фондов и числа занятых, второе уравнение – распределение ВРП на валовые инвестиции и потребление. Третье уравнение – это рекуррентное соотношение для определения ОПФ будущего года по значениям ОПФ и инвестиций текущего года. В этом уравнении μ – коэффициент выбытия (износа) ОПФ в расчете на год. Данный коэффициент предполагается постоянным. Из уравнения видно, что инвестиции, сделанные в текущем году, материализуются в фонды в будущем году, т. е. лаг капиталовложений равен одному году. Четвертое уравнение – это рекуррентное соотношение для определения числа занятых в будущем году на основании числа занятых в текущем году. Как

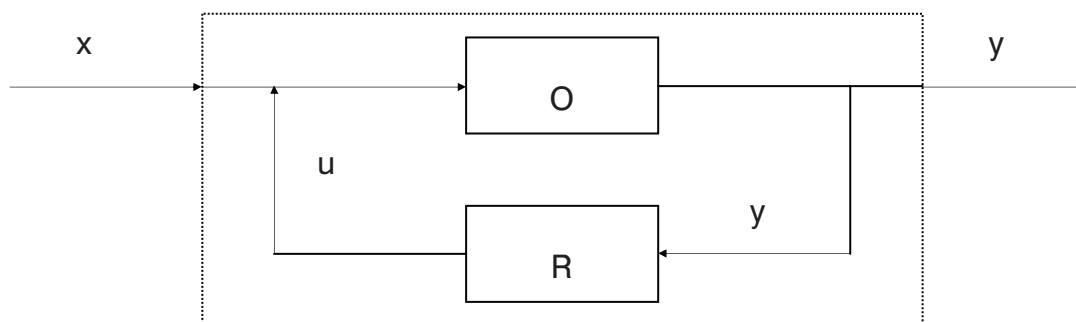


Рис. 1. Структурная схема управляемого объекта

видим, данное уравнение основано на гипотезе постоянства годового темпа прироста числа занятых v .

При делении элементов на статические и динамические, уравнения (1), каждое из которых является формализованной записью элемента, могут быть истолкованы следующим образом. Первое уравнение задает нелинейный статический элемент (вход – K_t, L_t выход – Y_t), второе уравнение – линейный статический элемент (вход – Y_t , выход – I_t, C_t), третье уравнение – линейный динамический элемент (вход – K_{t-1}, I_{t-1} , выход – K_t), четвертое уравнение – линейный динамический элемент (вход – L_{t-1} , выход – L_t).

Таким образом, система инновационного комплекса региона, представленная в форме модели Солоу, является неструктурированной, но ее можно структурировать в контур с обратной связью, показанный на рис. 2. Тем самым подтверждается, что система в форме модели Солоу является динамической системой, поскольку в ее составе имеются динамические элементы.

Структурную схему, представленную на рис. 2, можно перестроить с управленческой точки зрения. При управлении инновационным комплексом региона наиболее существенным является распределение ВРП на накопление

(валовые инвестиции) и потребление. Поэтому статический распределительный блок (второе уравнение (1)) можно рассматривать как управляющий. Подобный вариант структуры показан на рис. 3. На этой схеме первый и третий блок вместе образуют объект управления, второй (распределительный) блок играет роль управляющего, а выход четвертого блока L_t , служит входом в систему, выходом которой является потребление C_t . Сама система состоящая из управляемого объекта и управляющего блока выделена контуром (рис. 3).

Модель Солоу с непрерывным временем. Предположим теперь, что время, измеряемое вначале с дискретностью в один год, будет измеряться с дискретностью Δt (например, полугодие, квартал, месяц, декада, день).

При дискретности в один день время можно считать практически непрерывным.

При дискретности Δt модель Солоу будет выглядеть следующим образом:

$$\left. \begin{aligned} Y_t &= F(K_t, L_t), \\ Y_t &= I_t + C_t, \\ K_t - K_{t-\Delta t} &= (-\mu K_t - \Delta t + I_t - \Delta t), \\ L_t - L_{t-\Delta t} &= vL_t - \Delta t \Delta t, 2\Delta t, \dots, n\Delta t, n = [T / \Delta t], \end{aligned} \right\}$$

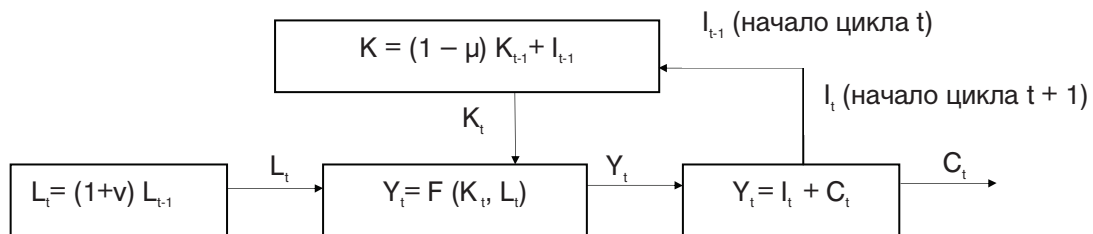


Рис. 2. Структурная схема модели Солоу

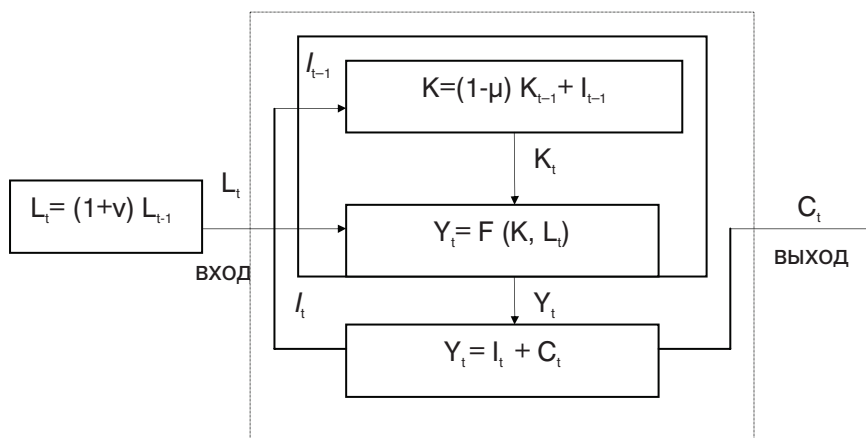


Рис. 3. Скорректированная структурная схема модели Солоу

Y_t , I_t , C_t – соответственно ВРП, инвестиции и потребление за год, начинающийся в момент t ; $\mu K_t - \Delta t \Delta t$ – выбытие фондов за время $(t - \Delta t, t)$; $I_t - \Delta t \Delta t$ – инвестиции за время $(t - \Delta t, t)$; $vL_t - \Delta t \Delta t$ – прирост числа занятых за время $(t - \Delta t, t)$.

При переходе к пределу при $\Delta t \rightarrow 0$ уравнения (2) принимают следующую форму (уравнения модели Солоу с непрерывным временем):

$$\left. \begin{aligned} Y_t &= F(K_t, L_t), \\ Y_t &= I_t + C_t, \\ dK / dt &= -\mu K + I, K(0) = K_0, \\ dL / dt &= vL, L(0) = L_0, t \text{ в пределе } [0, T] \end{aligned} \right\}$$

Данная модель может быть представлена в такой же структурной форме, как это показано на рис. 2, 3, однако при этом уравнения ($K_t = (1 - \mu) K_t - 1 + I_t - 1$), ($L_t = (1 + v) L_t - 1$) из системы уравнений (1) должны быть заменены уравнениями ($dK/dt = -\mu K + I$, $K(0) = K_0$), ($dL/dt = vL$, $L(0) = L_0$), t находится в пределе $[0, T]$ из системы уравнений (3).

Следует отметить, что модель Солоу в дискретной форме (1) и модель Солоу в непрерывной форме (3), являются разными моделями и расчеты по ним приводят к разным, однако достаточно близким, результатам.

Из выше сказанного можно сделать вывод, что инновационный комплекс региона является динамической системой, что дает возможность представить ее в форме конечно-разностных уравнений (дискретное время) и в форме дифференци-

альных уравнений (непрерывное время). Между математическими методами дифференциальных и конечно-разностных уравнений нет существенного различия: при решении дифференциальных уравнений на компьютере их приближенно заменяют на конечно-разностные. Напротив, любое конечно-разностное уравнение можно приближенно заменить дифференциальным.

Таким образом, даже агрегированное модельное представление инновационного комплекса экономики региона позволяет сделать вывод о том, что она является сложной динамической системой. Кроме того, инновационная экономика региона не является линейной, поскольку связь между выпуском и затратами ресурсов задается в виде нелинейной производственной функции.

При формировании модели инновационного комплекса региона на основе модели Солоу видно, что в данной системе экономика представляет собой неструктурированное целое и производит один агрегированный продукт, который как потребляется, так и инвестируется. Это утверждение можно интерпретировать как представление инновационной экономики региона в виде одного динамического элемента. Однако при дальнейшем анализе становится ясно, что инновационная экономика в форме модели Солоу состоит из четырех элементов, объединенных в контур обратной связи. Дальнейшему анализу подлежит возможность обоснования устойчивости экономико-математической модели инновационного комплекса региона с учетом влияния рисков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Колемаев В.А., Экономико-математическое моделирование. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 295 с.
2. Черноуцкий И.Г., Методы оптимизации и принятия решений. СПб.: Издательство «Лань», 2001. 384 с.

Щербинин А.В.

ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

В настоящее время и в ближайшей перспективе государственное регулирование регионального развития в Российской Федерации предстоит осуществлять в условиях достаточно высокой степени неопределенности параметров территориального распределения инвестиций, вызванных значительной децентрализацией инвестиционных

процессов, кардинальным изменением состава и ролей субъектов, принимающих инвестиционные решения. Пришедшее на смену подавляющему преобладанию государства-инвестора доминирование частного инвестора перенесло акцент в государственном управлении инвестиционным обеспечением регионального развития в России



с обоснования оптимального межрегионального распределения значительного объема капиталовложений из централизованных источников на решение задачи предвидения намерений и стимулирования активности частных инвесторов по осуществлению ими инвестиций в те или иные объекты, в тех или иных регионах.

В свою очередь, широкое разнообразие и чрезвычайная значимость для частных инвесторов множества региональных факторов, дифференцирующих территории по степени благоприятности в них условий для инвестирования, предопределили необходимость расширения применения в государственном регулировании экономики РФ концепции инвестиционного климата, в соответствии с которой все регионы страны рассматриваются как некие открытые системы, и, по аналогии с корпорациями, масштабы инвестирования в них в значительной степени определяются их привлекательностью для инвесторов. При этом применение к исследованиям региональных особенностей инвестирования в России указанной концепции, базирующейся во многом на рыночном саморегулировании инвестиционных процессов, совершенно не исключает необходимости их эффективного государственного регулирования в условиях рынка, которое невозможно без соответствующей этим условиям научно обоснованной методологии.

Для получения объективного представления об особенностях современной пространственной дифференциации инвестиционных процессов в России, для выявления причин, ее обуславливающих, а также для определения состава возможных управляющих параметров и обоснования механизмов государственного воздействия на инвестиционные процессы с учетом специфики различных регионов такая методология должна удовлетворять ряду требований (1–3):

- иметь целевой характер, т. е. быть направленной, в первую очередь, на решение задачи совершенствования научного обеспечения государственного управления региональным развитием;

- обеспечивать комплексность исследований региональных инвестиционных процессов, предполагающую учет множества различных аспектов, среди которых и те, что определяют их современные особенности, и те, что, вероятно, будут определять их развитие в перспективе, т. е. обеспечивать возможность осуществления анализа и прогнозирования, а также выбора методов государственного регулирования инвестиционных процессов в регионах России на единой методологической основе;

- обеспечивать системность исследований региональных инвестиционных процессов в РФ, т. е. опираться на четкую, иерархическую структурированную систему взаимосвязанных индикаторов, отражающих разные стороны и различные степени охвата изучаемых явлений, позволяющих при этом проводить межрегиональные инвестиционные сопоставления с использованием не только качественных, но и обоснованных количественных критериев.

Инвестиционный климат включает объективные возможности страны или региона (инвестиционный потенциал) и условия деятельности инвестора (инвестиционный риск). Очевидно, для принятия инвестиционных решений недостаточно рассматривать только потенциал или только риски. Регион может быть первоклассным с точки зрения потенциала (например, имеет сырьевые ресурсы или достаточно богатое население), но по причине нестабильной политической обстановки или высокого уровня криминализации региона общий показатель привлекательности его для инвесторов будет невелик.

Инвестиционный потенциал (инвестиционная емкость территории) складывается как сумма объективных предпосылок для инвестиций, зависящая, в частности, от наличия и разнообразия сфер и объектов инвестирования. Потенциал страны или региона в своей основе характеристика количественная, учитывающая основные макроэкономические показатели: насыщенность территории факторами производства (природными ресурсами, рабочей силой, основными фондами, инфраструктурой и т. п.), потребительский спрос населения и др.

В межгосударственном сопоставлении законодательство является важнейшей составляющей инвестиционного риска. Специфика межрегионального подхода состоит в том, что на территории большинства регионов действует единый общегосударственный или, применительно к России, «общефедеральный» законодательный фон, который слегка видоизменяется в отдельных регионах (субъектах Федерации) под воздействием региональных законодательных норм, регулирующих инвестиционную деятельность только в пределах своих полномочий. Кроме того, законодательство, как правило, не только влияет на степень инвестиционного риска, но и регулирует возможности инвестирования в те или иные сферы или отрасли, определяет порядок использования отдельных факторов производства – составляющих инвестиционный потенциал региона.

Таким образом, интегральный рейтинг каждого региона по инвестиционной привлекательности является агрегированной оценкой, состоящей из нескольких составляющих (2):

- ресурсно-сырьевой (средневзвешенная обеспеченность региона запасами основных видов природных ресурсов);
- трудовой (трудовые ресурсы, различные характеристики трудоспособной части населения, в частности их образовательный уровень);
- производственной (результаты деятельности в основных сферах хозяйства региона);
- инновационной (уровень развития НИОКР и их финансирования, внедрение достижений научно-технического прогресса в регионе);
- институциональной (степень развития ведущих институтов рыночной экономики);
- инфраструктурной (транспортно-географическое положение региона и его инфраструктурная обеспеченность);
- финансовой (объем бюджетных доходов, прибыльность предприятий и доходы населения региона);
- потребительской (совокупная покупательная способность населения региона).

Однако, следует отметить, что перечисленные факторы инвестиционного привлекательности в свою очередь также являются агрегированными оценками и носят обобщенный характер. Каждый из них рассчитывается как взвешенная сумма ряда статистических показателей. Общий инвестиционный потенциал региона в свою очередь определялся как взвешенная сумма частных потенциалов.

Распределение регионов по интегральному рейтингу инвестиционной привлекательности показывает, что наибольший вклад в его формирование вносят факторы, накопленные в процессе многолетней хозяйственной деятельности: инфраструктурная освоенность территории, инновационный потенциал и интеллектуальный потенциал населения. С другой стороны, очевидно, что эти факторы не поддаются быстрому изменению с течением времени, следовательно, их нельзя отнести к группе факторов, изменение которых способно быстро улучшить инвестиционную привлекательность региона. Факторы, характеризующие обеспеченность региона собственными ресурсами, географическое положение, климатические условия и т. д., также исключаются из этого списка.

Характеристика законодательных условий инвестирования может быть получена на основе

ранжирования всех нормативных условий, благоприятствующих или препятствующих инвестиционной деятельности.

Федеральное и региональное законодательство делится на прямое (непосредственно регулирующее инвестиционную деятельность) и косвенное (связанное с условиями функционирования сфер деятельности предприятий – потенциальных объектов инвестирования). Кроме, того, в федеральном законодательстве существуют специальные нормативные акты, регулирующие инвестиционную деятельность в отдельных субъектах Федерации. Прежде всего, это законодательство по свободным экономическим зонам.

К факторам, снижающим инвестиционную привлекательность регионов России, по мнению специалистов, относятся (1–3):

- все еще высокая криминализация общества, коррупция, вольная трактовка законов и т. п.;
- ограниченная конвертируемость национальной валюты, нечеткая курсовая и валютная политика государства;
- несовершенное и противоречивое законодательство, неудовлетворительная ситуация с решением проблем, связанных с ущемлением прав инвесторов;
- непредсказуемая государственная фискальная политика, отсутствие условий, стимулирующих приток инвестиционного капитала (в первую очередь прямых инвестиций) в экономику страны;
- нестабильная экономическая и социально-политическая ситуация, наличие “горящих” и “глюющих” этнических конфликтов, как на территории страны, так и в непосредственной близости от ее границ.

Величина инвестиционного риска отражает вероятность потери инвестиций и дохода от них. За единицу принят среднероссийский уровень риска. Расчет риска осуществлялся аналогично расчету инвестиционного потенциала. В качестве основных составляющих рассматривались следующие виды риска:

- экономический (тенденции в экономическом развитии региона);
- финансовый (степень сбалансированности регионального бюджета и состояние финансов предприятий);
- политический (поляризация политических симпатий населения по результатам последних парламентских выборов, легитимность местной власти, интенсивность несанкционированных акций протеста);



- социальный (уровень социальной напряженности);
- экологический (уровень загрязнения окружающей среды включая радиационное);
- криминальный (уровень преступности в регионе с учетом тяжести преступлений и масштабов экономической преступности);
- законодательный (юридические условия инвестирования в те или иные сферы или отрасли, порядок использования отдельных факторов производства, налоговые льготы).

Большинство регионов, наименее подверженных инвестиционному риску, сосредоточено в почти непрерывной узкой полосе от Санкт-Петербурга до Екатеринбурга, в то время как большинство наиболее подверженных риску занимают почти всю Восточную Сибирь и Дальний Восток. Для последней группы характерно большинство видов риска: экономического, социального, политического и т. д. Как правило, регионы с наименьшим риском обладают наибольшим потенциалом. Обратная тенденция в изменении рейтинга ресурсного потенциала лишь доказывает независимый от хозяйственной деятельности человека, данный природой характер этого вида потенциала. Кемеровская область обладает риском ниже общероссийского, однако значительно уступает Санкт-Петербургу, Москве и многим городам с населением более одного миллиона человек.

Как уже отмечалось, трудовой фактор – одна из основных составляющих инвестиционного потенциала региона. Региональные власти в отличие от федеральных, имеют возможность оказывать значительное влияние на этот фактор. Межрегиональная “утечка мозгов” в неявном виде имеет место в нашей стране уже давно. Это, в частности, является причиной того, что лучшими характеристиками с точки среднего интеллектуального уровня населения и качества трудовых ресурсов вообще отличаются в первую очередь наиболее благополучные регионы и города. Привлечение в развивающиеся отрасли дополнительных высококачественных трудовых ресурсов даст долгосрочный эффект в виде повышения производительности труда и ускорения темпов экономического роста в целом. По оценкам Денисона, улучшение качественных характеристик рабочей силы определило 14 % прироста реального национального дохода в США в послевоенные годы.

Экономическое развитие неразрывно связано с инновационным процессом, объединяющим науку, технику, экономику, предпринимательство и управление, особенно если речь идет о высокотехнологичных отраслях промышленности. В свою очередь, ин-

новационный фактор инвестиционного потенциала тесно связан с трудовым фактором. Следовательно, стремясь повысить инвестиционную привлекательность местной экономики посредством улучшения ее инновационных характеристик, региональные власти должны в первую очередь обратить внимание на трудовой фактор. Следует также отметить, что инновационный фактор является более инерционным. Одним из основных факторов экономического роста являются инвестиции. Объем основного капитала, приходящегося на одного работника, является решающим фактором, определяющим динамику производительности труда.

Основные принципы государственной политики в области инвестиций (1, 2):

- разработка и создание механизмов страхования различных видов рисков иностранных инвесторов;
- четкая позиция государственных органов по вопросу защиты прав собственности;
- создание стабильного, понятного для всех экономического, внешнеторгового и фискального законодательства, включая нормативную базу по концессиям и соглашениям о разделе продукции (СРП);
- разработка и внедрение комплекса мер, направленных на привлечение прямых иностранных инвестиций в приоритетные отрасли (например, реализация механизма раздела продукции);
- реализация потенциала свободных экономических зон, разработка и внедрение комплекса мер, направленных на привлечение иностранных инвестиций на предприятия реального сектора, расположенных на их территории.

Эффективность привлечения и использования инвестиций во многом зависит от того, какая модель развития промышленности окажется доминирующей. Это наблюдение в одинаковой степени относится как к федеральному, так и к региональному уровню. В мировой практике существует достаточно широкий выбор: англо-американская модель, капитализм германского образца, японская или шведская модель, закрытые исламские экономики и т. д.

Таким образом, совершенствование научного обеспечения государственного управления инвестиционной составляющей регионального развития предполагает, на наш взгляд, создание адекватной современным представлениям об активной роли государства в рыночной экономике методологии, которую характеризуют целевая направленность, комплексность и системность в проведении исследований региональных особенностей инвестирования в России.

В рамках комплексной методологии исследований региональных инвестиционных процессов в РФ моделируется поведение частных инвесторов в рыночных условиях. При этом каждый из регионов страны рассматривается через призму конкурентного федерализма, т. е. как квазикорпорация, конкурирующая с другими регионами-квазикорпорациями за инвестиционные ресурсы – мобилизацию внутренних и привлечение внешних, в том числе иностранных, инвестиций. Наиболее существенные конкурентные преимущества или, наоборот, слабости в конкурентных позициях того или иного региона (с точки зрения оценки перспектив инвестирования в нем) выявляются в ходе позиционирования данного региона в системе инвестиционно значимых факторов, т. е. факторов, формирующих активность инвесторов в регионе. Конкретный состав таких факторов одинаков для всех субъектов РФ и регулярно уточняется на основании применения логических и стандартных математических критериев в связи с необходимостью адекватного отражения особенностей различных этапов развития экономики России.

Необходимо отметить также, что указанное позиционирование регионов в системе инвестиционно значимых факторов опирается на использование понятийного аппарата и структурных взаимосвязей, определяемых теоретическими положениями инвестиционной регионалистики. В соответствии с этими положениями наиболее общей, т. е. обеспечивающей максимальную сте-

пень охвата изучаемого явления, характеристикой важнейших сторон инвестиционной деятельности в регионе, состояния региональной инвестиционной сферы, положения дел в этом сегменте региональной экономики является инвестиционный климат региона РФ, который представляет собой сложившуюся в нем за ряд лет совокупность различных социально-экономических, природно-географических, экологических и других условий, определяющих масштабы (объемы и темпы) привлечения инвестиций в его основной капитал.

Представляется очевидным, что степень благоприятности инвестиционного климата региона определяется совокупным воздействием бесконечного множества факторов. Однако для целей анализа, в особенности для проведения межрегиональных инвестиционных сопоставлений, инвестиционный климат каждого из регионов должен и, на наш взгляд, вполне может быть охарактеризован неким ограниченным числом количественных измерителей – синтетических (или интегральных) показателей. С другой стороны, инвестиционный климат региона не может быть охарактеризован в количественном отношении только лишь одним каким-либо измерителем – попытки такого рода могут привести к ошибочному, неправомерному игнорированию какой-либо из сторон этого сложного явления. В связи с изложенным, на наш взгляд, необходимо применение системы измерителей инвестиционного климата региона РФ, которая представлена на (рис. 1).

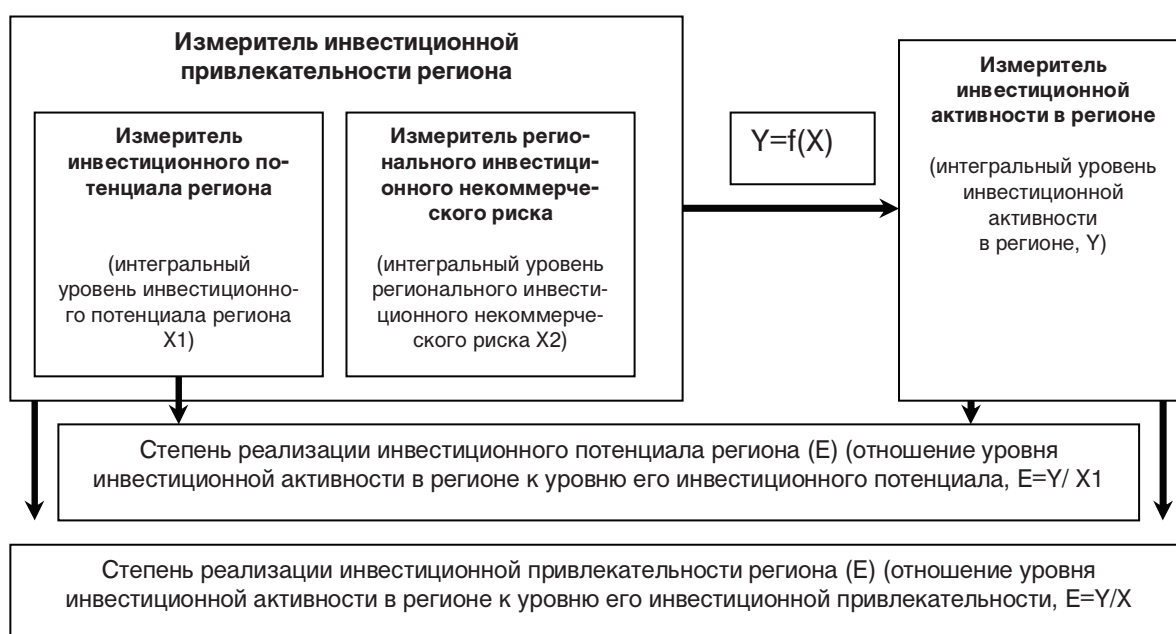


Рис. 1. Система измерителей инвестиционного климата региона



Анализ представленных на рисунке измерителей позволяет сделать вывод о том, что инвестиционный климат региона в количественном отношении может быть охарактеризован системой измерителей, включающей как измерители инвестиционной привлекательности региона и ее составных компонентов (инвестиционного потенциала региона и риска осуществления инвес-

тиционной деятельности в нем), так и измеритель инвестиционной активности в регионе, а также разные измерители степени использования регионом своих инвестиционных возможностей.

На основе представленных измерителей можно осуществлять оценку факторов повышения инвестиционной привлекательности региона, представленных в данной статье.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Данько Т.П., Округ З.М. Свободные экономические зоны. М.: Инфра-М, 2003.

2. Иванов В.В., Смирнов А.Н., Гутарева Е.Ю. Особенности управления финансовыми потоками территориально-промышленной зоны с особым статусом //

Экономика и коммерция, 1999. № 3, с. 49–59.

3. Комплексные рекомендации по реализации региональной промышленной политики в условиях кризиса / А.А. Нещадин, Е.А. Вигдорчик, В. К. Кашин и др. М., 2005.

Бойкова Ю.М.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА В ТОРГОВЛЕ

Возникновение контроллинга определено развитием рыночной экономики, которая в условиях высокой конкуренции и динамичной внешней среды требует новых подходов, технологий, методов и инструментов в сфере управления предприятием, в т. ч. торговым предприятием.

В настоящее время среди отечественных и зарубежных ученых и практиков в сфере экономики и управления все чаще применяется понятие “контроллинг”. При этом смысл, который, вкладывается различными исследователями в сущность контроллинга, отличается многообразием.

Контроллинг трактуется как: управленческий учет; как информационное обеспечение управления; как одна или несколько управленческих функций; как система управления предприятием; как инструмент достижения целей предприятия и др. Многообразие определений и взглядов свидетельствует о том, что контроллинг является развивающимся направлением в области теории и практики управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятий.

Современный экономический словарь дает следующее определение “контроллинга” – это:

1) инструмент планирования, учета, анализа состояния дел на фирме, используемый для принятия решений на базе компьютеризированной системы сбора и обработки информации;

2) название подразделения фирмы, принятое на промышленных предприятиях в ФРГ, США [4].

В новой экономической энциклопедии контроллинг определяется как “современная комплексная технология управления предприятием, представляющая собой ориентированную на достижение целей интегрированную систему информационно-аналитической и методической поддержки руководителей в процессе планирования, контроля, анализа и принятия управленческих решений по всем функциональным сферам деятельности предприятия” [7].

Зарубежные авторы по-разному истолковывают контроллинг. Э. Майер определяет контроллинг как руководящую концепцию эффективного управления фирмой и обеспечения ее долгосрочного существования. В свою очередь Д. Хан считает, что контроллинг – это автоматизированная система управления управлением.

Хотелось бы отметить, что отечественные ученые С.Г. Фалько, Л.Ф. Левин и др. рассматривают контроллинг с двух точек зрения: контроллинг как философия и контроллинг как инструмент:

- “контроллинг – философия и образ мышления руководителей, ориентированные на эффективное использование ресурсов и развитие предприятия в долгосрочной перспективе;

• контроллинг – ориентированная на достижение целей интегрированная система информационно-аналитической и методической поддержки руководителей в процессе планирования, контроля, анализа и принятия управленческих решений по всем функциональным сферам деятельности предприятия” [1].

Изучив экономические предпосылки и историю возникновения контроллинга, можно выделить этапы его развития. Первоначально контроллинг рассматривался исключительно как бухгалтерский (финансовый) учет, основная функция которого контроль финансовых ресурсов; далее присоединился управленческий (производственный) учет, оперативное планирование и контроль.

Потом возникает необходимость в стратегическом управлении (стратегическом планировании в долгосрочной перспективе). С течением времени контроллинг становится информационным обеспечением управления и процесса принятия управленческих решений; выступает системой управления предприятием, управлением управления, управленческой философией и концепцией. Таким образом, можно сказать, что контроллинг, начиная с 1778 года (когда были предприняты первые попытки создания контроллинга в США), в процессе своего развития претерпел значительную трансформацию (см. рис. 1). Именно на пересечении учета, контроля, планирования, консультирования появилась концепция контроллинга.



Рис. 1. Процесс развития концепции системы контроллинга



В результате проведенного исследования, нами выявлено, что современная методологическая и теоретическая база контроллинга характеризуется разнообразием концепций. Их развитие связано с тем, какому аспекту отдавался приоритет: с 1930 годов до 1960 годов – экономической системе (концепция с ориентацией на бухгалтерский учет, учетная концепция); к 1970-1980 годам – информационной системе (концепция с ориентацией на информацию); с 1990 годов – координации в системе управления (концепция с ориентацией на координацию).

Первая группа концепций предполагает использование данных бухгалтерского учета; она ориентирована на показатели успеха (прибыли) в денежном выражении. Контроллинг с данной точки зрения относится в большей степени к оперативному уровню и только частично к стратегическому. Представители этой концепции (Д. Шнайдер, Х.-Ю. Кюппер, Й. Вебер и др.) считали, что задачи контроллинга в смысле всеобщей координации управления целесообразно ограничить. Функция контроллинга должна сводиться, с одной стороны, к разработке и координации отдельных планов предприятия и сведению их в единый план, а с другой – к внутреннему производственному учету, который служит для контроля за реализацией планов и предоставляет исходную информацию для планирования. Налицо узкое понимание контроллинга.

Вторая группа концепций выходит за рамки подхода ориентированного на бухгалтерский учет и охватывает всю целевую систему предприятия, включая не только денежные величины. По мнению представителя данной концепции – Т. Райхмана – контроллинг представляет собой целевую поддержку управленческих функций, которая с помощью сбора и обработки информации обеспечивает составление планов, координацию и контроль и служит для улучшения качества принимаемых управленческих решений. Особое внимание ученые уделяют ориентации контроллинга на результат и видят основную задачу контроллинга в сборе и обработке информации в процессе разработки, координации и контроля за выполнением планов на предприятии. Этот подход тоже не лишен недостатков, поскольку если функцией контроллинга является обработка всей информации, то контроллинг приобретает неопределенный, размытый характер, т. к. потребности руководства в информации слишком многоаспектны и слабо специфицированы.

Третья группа концепций базируется на понимании того, что основной функцией контроллинга является координация либо с ориентацией на отдельные управленческие функции, например, планирование и контроль, либо с ориентацией на управленческую систему в целом. В отличие от группы концепций, ориентированных на информацию, концепции ориентированные на планирование и контроль характеризуются более широким спектром задач. Основоположник этой концепции П. Хорват считал, что контроллинг должен обеспечивать руководство предприятия информацией и настраивать его на координирование, реагирование и адаптацию к меняющимся внутренним и внешним условиям с тем, чтобы реализовать намеченные цели. При этом во главу угла ставится достижение финансового результата предприятия. По мнению представителей этой концепции, контроллинг призван способствовать осуществлению ориентированного на результат управления предприятием, выполнять функции интегрирования и координирования процесса планирования на предприятии, а также информационного обеспечения этого процесса. Данная концепция, по нашему мнению, представляется наиболее приемлемой в условиях усложняющегося механизма управления предприятием.

Также в экономической литературе, в настоящее время, выделяют две основные школы системы контроллинга: американскую и немецкую. Согласно немецкой концепции центральные задачи контроллинга включают в себя в основном решение проблем внутреннего учета во всех формах. Немецкая модель системы контроллинга включает в себя планирование, информационный менеджмент и отчетность, специальные экономические задачи, внутренний учет. В отличие от немецкой, американская концепция включает в себя еще и задачи внешнего учета, анализа и оценки. Американская модель системы контроллинга состоит из тех же элементов что и немецкая плюс финансовая бухгалтерия, налоги и страхование, информационные технологии и внутренняя ревизия. Следовательно, отличие американской концепции от немецкой в основном заключается рассмотрением в первой проблем внешнего учета, анализа внешней среды. В тоже время следует заметить, что в немецкой концепции более детально разработаны методики внутреннего учета, планирования, контроля.

Каждый сектор экономики обладает рядом экономических, организационных, технических и др. особенностей, которые накладывают свой отпечаток на построение системы контроллинга.

По нашему мнению, на формирование эффективной системы контроллинга на торговых предприятиях влияют следующие основные особенности отрасли:

- величина, вид, тип, формат торгового предприятия;
- магазинная или внемагазинная форма продажи;
- низкая оснащенность техническими средствами, компьютерной техникой, программным обеспечением;
- большой удельный вес материально-ответственных лиц;
- квалификационный состав работников, профессионализм и опыт работы и др.

Проанализировав определения контроллинга встречающиеся в зарубежной и отечественной экономической литературе, мы пришли к выводу, что контроллинг в торговле представляет собой систему, ориентированную на получение положительного эффективного результата в процессе подготовки, принятия и исполнения управленческих решений при перманентном информационном обеспечении этих процессов во всех сферах деятельности торгового предприятия и на всех уровнях управления.

Проведенные исследования позволили определить, что контроллинг как система на торговых предприятиях имеет сложную структуру, включающую в себя: цели, задачи, функции, принципы, информационное обеспечение, программное обеспечение и служба контроллинга.

Общими целями контроллинга являются реализация глобальных и локальных стратегий торгового предприятия в долгосрочной перспективе, сохранение стабильности и успешное развитие предприятия. Уточняющая цель контроллинга зависит от целей деятельности самого торгового предприятия, от его местонахождения, вида и количества оказываемых услуг и др.

К основным задачам контроллинга, по нашему мнению, относятся:

- планирование;
- сбор, подготовка, анализ, систематизация, правильная интерпретация и эффективный обмен информацией;
- качественный бухгалтерский учет;
- контроль;
- формирование систем, методики и организационных структур контроллинга.

К основным функциям контроллинга мы относим:

- координация управленческой деятельности по достижению целей торгового предприятия;
- сервисная (своевременное и точное предоставление необходимой информации руководству для принятия управленческих решений и корректировки);
- интегрирующая;
- создание и обеспечение функционирования общей информационной системы управления предприятием;
- обеспечение рациональности управленческого процесса;
- методологическая;
- реализация результатов, предполагающая доведение принятых по результатам контроля решений до всех заинтересованных лиц, выработку и проведение мероприятий по устранению выявленных нарушений и недостатков.

Ряд авторов [3] выделяют такие принципы контроллинга как:

- Принцип движения и торможения предполагает, что для обеспечения длительного и устойчивого существования организации необходимы ее рост, развитие и, как следствие, стабильное получение прибыли. Рост означает увеличение продажи товаров и услуг. Развитие определяется новыми товарами, новыми формами их применения, новым сервисом, новыми рынками и каналами сбыта, новыми организационными структурами и методами управления. Принцип движения и торможения в контроллинге создает объективные условия для постоянного выявления и внедрения нового, прогрессивного и эффективного в практику конкретной организации с учетом специфики и возможностей.

- Принцип своевременности. В условиях быстро развивающегося рынка руководству необходимы постоянно обновляемые данные о внешней и внутренней среде и результаты их анализа для принятия решений.

- Принцип стратегического сознания означает, что любое действие и решение должно оцениваться, в первую очередь, с позиций его соответствия стратегическим программам.

- Принцип документирования, который позволяет определить соблюдались ли цели и задачи стратегического контроллинга, в любой момент можно определить посылающего и принимающего информацию, ее содержание и дату.

Проанализировав вышеперечисленные принципы, автор выделяет следующие принципы: актуальности, точности, научности, законности, независимости, объективности, императивности,



ответственности, разграничения функций и полномочий, системности, гибкости, адаптивности, соответствия стратегическим целям предприятия.

В последние годы опубликовано много работ, посвященных контроллингу, где описывается множество методов и инструментов конироллинга. Можно выделить следующие методы и инструменты: бюджетирование, анализ отклонений и их причин, финансовый анализ показателей деятельности предприятия, SWOT-анализ, STEP-анализ и многие другие.

Информационное обеспечение контроллинга включает единую систему бухгалтерского, управленческого, статистического учета. Хотелось бы отметить, что основная задача управленческого учета – предоставление точной и своевременной информации для принятия решений, а в задачи контроллинга еще входит выявление отклонений и анализ их причин, рекомендации по устранению отклонений и корректировке планов в условиях изменяющейся внешней среды.

Программное обеспечение контроллинга включает разнообразные информационно-поисковые, справочные системы (Гарант, Кодекс, Закон, КонсультантПлюс и др.), системы комплексной автоматизации предприятия (“1С: Предприятие 8.0. Управление торговлей” и др.), системы электронного документооборота (“ЕВФРАТ-Документооборот” и др.), функциональные пакеты прикладных программ и др.

Служба контроллинга является поставщиком информации последней инстанции, на основании которой руководством торгового предприятия принимаются эффективные управленческие решения.

Наши исследования позволили выделить следующие факторы, влияющие на построение эффективной системы контролинга на торговых предприятиях:

- готовность к применению современных технологий управления;
- готовность к использованию нового программного и информационного обеспечения;

• необходимость поддержания конкурентных преимуществ;

• наличие высококвалифицированных и опытных управленческих кадров;

• социальные;

• финансовые.

Несмотря на целесообразность внедрения системы контроллинга в торговых предприятиях, оно сопряжено с рядом проблем. В первую очередь нужно отметить, что процесс встраивания системы контроллинга на торговом предприятии занимает достаточно длительный период (от 1,5 до 3 лет), при этом из-за устаревших технологий и методов управления предприятиями результатом внедрения контроллинга должна стать полная перестройка системы планирования, контроля, анализа и управления предприятием. В виду этого внедрение системы контроллинга на торговом предприятии является затратным. Также к проблемам внедрения контроллинга можно отнести: ограниченный комплект моделей управления, устаревшие методы планирования, учета, анализа, контроля, ограниченность и недостоверность информации для принятия управленческих решений, отсутствие автоматизированных систем управления и критериев оценки управляемых объектов, недостаток квалифицированных специалистов, способных обеспечить оптимальную работу системы контроллинга. Тем не менее, по нашему мнению, построение системы контроллинга на торговых предприятиях сегодня является необходимым.

Таким образом, наши исследования и анализ концептуальных положений контроллинга показали, что контроллинг включает в себя больше чем управленческий учет, процесс информационного и программного обеспечения процесса принятия и исполнения управленческих решений, отдельные управленческие функции и система управления в целом. Можно сказать, что контроллинг является надстройкой над всем этим. Его продуманное применение на практике, как показал мировой опыт, ведет к повышению эффективности управления всем торговым предприятием.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Фалько С.Г., Рассел Кейт А., Левин Л.Ф.** Контроллинг: национальные особенности российский и американский опыт. Контроллинг // Технология управления, № 2, 2003.

2. **Карминский А.М., Фалько С.Г., Жевага А.А., Иванова Н.Ю.** Контроллинг. Учебник / Под ред. А.М. Карминского, С.Г. Фалько. М.: Финансы и статистика, 2006.

3. Планирование и контроллинг / Учеб. по спец-ти “Менеджмент организации” / Ю.П. Анискин, А.М. Павлова. 3-е изд. М.: Изд-во “Омега-Л”, 2007.

4. **Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.** Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2006.

5. **Майер Э.** Контроллинг как система мышления и управления: Пер. с нем. Ю.Г. Жукова и С.Н. Зайцева

/ Э. Майер; Под. ред. С.А. Николаевой. М.: Финансы и статистика, 1993.

6. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга / Пер. с нем. Д. Хан; Под. ред. и с пре-

дисл. А.А. Турчака, Л.Г. Головача, М.Л. Лукашевича. М.: Финансы и статистика, 1997.

7. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2006.

Милащенко Г.С.

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В АГРАРНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ

Уровень развития отраслей АПК оказывает непосредственное воздействие на здоровье нации, качество жизни, социальную обстановку в обществе, продовольственную безопасность страны. В свою очередь, он во многом зависит от выбора научно-обоснованных методов хозяйствования, социально-экономической политики государства, форм проведения аграрных преобразований.

Наряду с использованием инструментов прямого государственного воздействия необходимо реализовывать косвенные меры, которые должны быть направлены на поддержку частной инициативы, стимулируя в приоритетных направлениях предпринимательскую и инвестиционную активность. Это позволит улучшить общую экономическую среду и условия развития деловой активности, инициировать ее рост в широком комплексе отраслей, сопряженных с приоритетными производствами, что сделает возможным мультипликационный эффект от проводимых мероприятий. С социальной точки зрения, реализация приоритетных направлений структурной перестройки экономики должна сопровождаться расширением занятости, повышением реальной зарплаты и квалификации работающего населения, общим ростом благосостояния.

Существуют следующие факторы, препятствующие развитию предприятий АПК: сокращение потребительского спроса; монополизм отраслей-поставщиков средств производства для сельского хозяйства; отсутствие развитой рыночной инфраструктуры и информационного обеспечения; слабо развитая система финансирования через механизмы финансового рынка; не развитый механизм привлечения частных оте-

чественных и иностранных инвестиций; обесценивание собственных средств предприятий вследствие высокой инфляции и массовых неплатежей; неотлаженность механизма его государственного регулирования и поддержки.

Для нормального и эффективного функционирования предприятий АПК необходимо осуществление следующих мер:

1) восстановление условий воспроизводства основного капитала путем оптимизации межотраслевого перераспределения части чистого продукта через систему цен;

2) формирование общегосударственной системы капиталовложений в различных формах;

3) восстановление денежно-ссудной части общественного капитала путем создания развитого финансового рынка;

4) модернизация структуры распределения доходов путем оптимизации потребительского и инвестиционного спроса (трансформация сбережений в инвестиции).

Тенденции развития российского АПК также характерны и для предприятий АПК Ставропольского края.

Основные показатели социально-экономического развития Ставропольского края имеют положительную тенденцию (табл. 1). За анализируемый период в 3,1 раза увеличился валовой внутренний продукт края. Также увеличились основные фонды в экономике края на 87,7%, составив в 2006 году 420859,0 млн. руб. Наблюдается рост инвестиций, как в основной капитал отраслей экономики, так и инвестиций в основные фонды сельского хозяйства: соответственно темп роста составил 2,6 и 8,7 раза. Иностранные инвестиции в отрасли экономики края и в основные фонды сельского хозяйства сократились на 23,6% и 95% соответственно.

Таблица 1

Показатели социально-экономического развития Ставропольского края

Показатели	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Темп прироста 2006 в % к 2000
Валовой внутренний продукт края, млн. руб.	57474,1	71843,3	86024,7	110142,7	139956,1	147018,6	178950,4	3,1 р.
Основные фонды в экономике края, млн. руб.	224177,0	278268,0	322143,0	373545,0	395384,0	412963,0	420859,0	87,7
Инвестиции в основной капитал отраслей экономики, млн. руб.	15865,1	16621,6	19549,1	22174,8	24062,1	31706,1	41560,6	2,6 р.
Инвестиции в основные фонды сельского хозяйства, млн. руб.	808,1	2745,1	2842,0	3440,1	3957,6	4366,4	7050,7	8,7 р.
Иностранные инвестиции в отрасли экономики, млн. руб.	34253,4	20876,6	59566,3	13831,8	18363,8	61038,3	26155,5	-23,6
Иностранные инвестиции в основные фонды сельского хозяйства, млн. руб.	15641,7	13810,5	2550,0	1247,6	1570,0	1729,3	785,4	-95,0

Таблица 2

Производство валовой продукции предприятиями АПК Ставропольского края, млрд. руб.

Показатели	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Темп прироста 2006 в % к 2000
Произведено валовой продукции сельского хозяйства в ценах текущего года: Все категории хоз-в								
всего	19,7	24,8	27,1	31,5	42,1	45,4	52,6	2,7 р.
в т.ч. растениеводство	10,6	14,5	15,8	19,2	27,3	29,2	34,6	3,3 р.
животноводство	9,1	10,3	11,3	12,3	14,8	16,2	18,0	2,0 р.
сельхозорганизации:	10,3	14,0	14,5	15,8	22,6	23,4	27,2	2,6 р.
всего								

Окончание табл. 2

Показатели	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Темп прироста 2006 в % к 2000
в т.ч. растениеводство	7,9	11,0	10,9	12,0	18,6	18,7	22,1	2,8 р.
животноводство	2,4	3,0	3,7	3,8	4,0	4,7	5,0	2,1 р.

Можно сделать вывод о том, что за 2000–2006 гг. наблюдается существенный рост производства валовой продукции сельского хозяйства в ценах текущего года по всем категориям хозяйств (табл. 2). Производство сельскохозяйственной продукции в хозяйствах всех категорий за 2006 год составило в действующих ценах 52,6 млрд. руб., что в 2,7 раза больше, чем в 2000 году. Так в 2006 году производство валовой продукции

растениеводства составило 34,6 млрд. руб., что в 3,3 раза больше, чем в 2000 году, производство валовой продукции животноводства также возросло, рост составил 197 %. Сельхозорганизациями произведено валовой продукции в 2006 году на 16,9 млрд. руб. или в 2,6 раза больше, чем в 2000 году., что можно рассматривать как положительную тенденцию в функционировании АПК Ставропольского края.

Таблица 3

Финансовые результаты деятельности сельскохозяйственных предприятий Ставропольского края

Показатели	Ед. изм.	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Откл. (+, –)
Выручка от реализации, всего	млн. руб.	7808,1	10020	12647	14600	18468	21674	24360	16551,9
а) в т.ч. от продукции растениеводства	млн. руб.	5198,9	6423,5	8456	9575	12911	15108	16876	11677,1
б) в т.ч. от продукции животноводства	млн. руб.	1869,1	2518,2	2956	2811	3768	4710	5483	3613,9
Окупаемость затрат, всего	%	94	89	93	90	98	99	103	9
в т.ч. растениеводства	%	109	103	108	108	106	111	112	3
животноводства	%	76	77	78	73	86	98	100	24
Прибыль (убыток) от реализации продукции, всего	млн. руб.	1587,9	1800,9	1658,6	1908,4	3312	2846	4653	3065,1
в т.ч. продукции растениеводства	млн. руб.	1900,4	2059,0	1923,7	2493,0	3780	2617	4398	2497,6
в т.ч. продукции животноводства	млн. руб.	–332,5	–284,2	–383,9	–765,0	–519	170	84	–248,5
Уровень рентабельности (без субсидий) реализованной продукции, всего	%	26	22	15	15	22	15	24	–2
в т.ч. продукции растениеводства	%	58	47	29	35	41	21	35	–23
в т.ч. продукции животноводства	%	–15	–10	–11	–21	–12	4	2	–13

Окончание табл. 3

Показатели	Ед. изм.	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Откл. (+, –)
Прибыль (убыток) от всей хозяйственной деятельности до налогообложения, всего	млн. руб.	186	168	167	1451	2662	2126	3511	3325
Уровень рентабельности всей хозяйственной деятельности до налогообложения	%	23	17	14	11	18	11	18	–5
Количество прибыльных хозяйств	кол-во	321	334	329	347	394	394	461	140
Их сумма прибыли	млн. руб.	1827,5	2150,7	2050	2282	3341	2652	3930	2102,5
Количество убыточных хозяйств	кол-во	135	166	162	174	101	118	85	–50
Их сумма убытка	млн. руб.	370,9	724,6	535	831	680	526	419	48,1
Удельный вес прибыльных хозяйств в общем их количестве	%	70	67	67	67	80	77	84	14

В 2006 году среди 546 предприятий число прибыльных предприятий составило 84%. Таким образом, с 2000 по 2006 гг. снизилось число убыточных хозяйств на 14%, число прибыльных увеличилось на 43,6% (табл. 3). Сумма прибыли от реализации продукции в 2006 году составила 46531 млн. руб., что на 3065,1 млн. руб. или почти в 3 раза больше, чем в 2000 году. С 2005 года намечалось улучшение ситуации и в животноводстве, так прибыль от реализации продукции составила в 2006 году 84 млн. руб.

За анализируемый период незначительно снизился уровень рентабельности (без субсидий) реализованной продукции, всего на 2 % и колеблется в пределах от 15 % до 26 %. Однако уровень рентабельности (без субсидий) реализованной продукции по отрасли растениеводство сократился с 2000 года по 2006 год: по зерну на 23%, по подсолнечнику на 35 %, рост наблюдается по картофелю и овощам на 20 % и 18 % соответственно. Однако в настоящее время, и в перспективе, зернопроизводство остается высокодоходным. В сравнении с достигнутым в 2005 году уровнем показатели его экономической эффективности возросли. Прибыль от реализации зерна в 2006 году увеличилась на 1,6 млрд. руб. или в два раза

и достигла 3,3 млрд. руб., что составило 70 % по АПК в целом. Уровень рентабельности (без дотаций) реализованного зерна превысил аналогичный показатель 2005 года на 20 % и составил 38 %, а в Новоселицком – 74 %, Благодарненском – 60 %, Апанасенковском – 63 %, Советском районах – 53 %. В целом по краю продажа зерна обеспечивает получение с 1 га 2098 руб. чистого дохода, против 1109 руб. в 2005 году. Еще выше этот показатель в Новоселицком – 3,9 тыс. руб., Красногвардейском – 3,7 тыс. руб. и Советском районах – 3,5 тыс. руб. Безусловно, на ситуацию положительно повлияла конъюнктура рынка и закупочные цены. Лидирующие позиции край занимает в производстве зерна на душу населения, собирая по 2,4 тонн в расчете на одного жителя или в 4 раза больше, чем в среднем по стране.

В сельхозорганизациях края продажа подсолнечника формирует доход, второй по величине после зерновых культур. По итогам 2006 года от его реализации получено около 1,5 млрд. руб. выручки, что выше уровня 2005 года. Валовой сбор маслосемян подсолнечника превысил объем 2005 года на 3,6 тыс. тонн и достиг рекордного показателя – 430,4 тыс. тонн при урожайности – 13,8 ц/га.

Наличие в крае крупных перерабатывающих предприятий масложировой промышленности, закупивших в прошлом году 298 тыс. тонн масличных культур, против 180 тыс. тонн в 2005 году обеспечило дополнительное поступление налогов в краевой бюджет. Это определило перспективу расширения посевов и других масличных культур – рапса, сои и льна, площади, возделывания которых возросли в сравнении с 2005 годом на 14,9 тыс. га, а валовые сборы – на 14,1 тыс. тонн.

Высокоэффективным является выращивание сахарной свеклы. По объему ее производства Ставропольский край занимает второе место в ЮФО. В засушливых условиях летнего периода валовой сбор этой культуры – более 1 млн. тонн, стал рекордным, превысив лучший показатель достигнутый в 2004 году на 128 тыс. тонн. При этом прирост осуществлен за счет увеличения урожайности этой культуры до лучшего в России – 434,0 ц/га.

Для решения сохраняющей актуальность проблемы – увеличения мощности переработки корнеплодов – в прошедший год активно велась реконструкция ОАО “Ставропольсахар”. Капитальные вложения составили 156 млн. руб. Это позволит уже в сезон текущего года переработать до 550 тыс. тонн свеклы, что все еще недостаточно. Поэтому министерство сельского хозяйства ведет целенаправленную работу по организации строительства в крае свеклоперерабатывающего завода.

Прибыль (убыток) от всей хозяйственной деятельности до налогообложения, всего увеличилась на 3325 млн. руб. или в 18,9 раза. Уровень рентабельности всей хозяйственной деятельности до налогообложения в 2006 году составил 18 %, что на 7 % больше, чем в 2005 году и на 5 % меньше, чем в 2000 году.

Одним из факторов улучшения деятельности предприятий АПК Ставропольского края стала их государственная поддержка.

В 2006 году на территории Ставропольского края по линии Минсельхоза велась реализация двух федеральных целевых программ “Сохранение и восстановление плодородия почв земель сельскохозяйственного назначения и агроландшафтов как национального достояния России на 2006 – 2010 годы»” и “Социальное развитие села до 2010 года”. Общий объем инвестиций составил 526,5 млн. руб., в том числе средств федерального бюджета – 435,0 млн. руб. и средств бюджета Ставропольского края более 91,0 млн. руб.

На реализацию федеральной целевой программы “Плодородие” в 2006 году из средств феде-

рального бюджета было выделено 327,3 млн. руб., в том числе только на строительство Большого Ставропольского канала 200,0 млн. руб. Из средств краевого бюджета в качестве софинансирования данной программы выделены средства в объеме 47,4 млн. руб., которые позволили реализовать мероприятия по агролесомелиорации, а также строительству и восстановлению мелиоративных систем края.

С 2003 года в крае начата реализация федеральной целевой программы “Социальное развитие села до 2010 года”. В 2006 году освоение средств по всем направлениям Программы составило почти 104,4 млн. руб., в том числе за счет средств федерального бюджета – 44,0 млн. руб., краевого – 27,8 млн. руб., внебюджетных источников 32,6 млн. руб.

Продолжают осуществляться меры по финансовому оздоровлению сельскохозяйственных предприятий в рамках реализации Федерального закона “О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных товаропроизводителей”, направленных на сокращение задолженности по налоговым и денежным обязательствам, восстановление платежеспособности хозяйств. С начала реализации Программы финансового оздоровления сельхозтоваропроизводителей подали пакет документов на реструктуризацию долгов 99 организаций, из них одна организация не была включена в состав участников Программы финансового оздоровления сельхозтоваропроизводителей, 9 организаций – утратили своё право на реструктуризацию долгов в связи с неисполнением своих обязательств перед кредиторами, с которыми было подписано соглашение. В настоящее время 89 сельхозорганизаций подписали Соглашения о рассрочке основного долга в сумме 452,5 млн. руб. В тоже время, по-прежнему острым вопросом остается банкротство сельскохозяйственных организаций, большинство из которых является градообразующими. Положения федерального законодательства позволяют это делать даже в отношении сильных хозяйств, для чего достаточно наличие задолженности в 100 тысяч рублей, подтвержденной решением суда, и просрочки ее погашения более трех месяцев. На 1 января 2007 года из общей численности сельхозорганизаций на процедурах банкротства находятся 109 хозяйств. Исключены из списка находящихся на процедурах, вследствие завершения процедур банкротства 186 сельскохозяйственных организаций.

Анализ основных показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятий сельского



хозяйства Ставропольского края и меры, которые осуществляет государство по их регулированию и поддержке показал, что, несмотря на имеющиеся положительные тенденции проблемы эффективного функционирования сельского хозяйства еще не решены. Отсутствует достаточное обновление технического парка: темпы выбытия техники из-за ее старения превышают темпы поступления. Основная часть техники изношена практически до предела. По зерноуборочные комбайнам ежегодное списание составляет 320–340 единиц, тогда как приобретение за счет всех источников финансирования, в том числе и льготных – порядка 230–240 единиц.

Все это оказало дополнительное воздействие на рост производственных издержек и снижение уровня рентабельности отраслей сельского хозяйства. В целом уровень технической готовности сельскохозяйственной техники в Ставропольском крае гораздо выше, чем в целом по России и Южному федеральному округу. Для обновления машинно-тракторного парка сельхозтоваропроизводителям края на условиях краевого и федерального лизинга в первом полугодии 2007 года было поставлено 265 единиц сельскохозяйственной техники на сумму 294 млн. руб. Предприятиями фирмы “Реста” в первом полугодии изготовлено и поставлено селу: 248 тракторных плугов, 186 культиваторов, 71 дисковая барона, 99 комбинированных агрегата. Также впервые в 2007 году 35 единиц техники, выпускаемой в крае, включены в федеральный реестр сельскохозяйственных машин, поставляемых на условиях лизинга, что положительно сказывается на развитии регионального машиностроения.

Стержнем макроэкономической политики должно стать создание благоприятных условий для производственной деятельности и подъема инвестиционной активности. Необходимо осуществление мероприятий, которые необходимы как сельскому хозяйству, так и фондопроизводящим отраслям. По нашему мнению, необходимо разорвать цепочку причинно-следственных связей: “низкий уровень платежеспособного спроса на продовольствие → низкий уровень поступлений финансовых ресурсов в сельское хозяйство → низкий уровень приобретения сельхозтехники сельхозтоваропроизводителями → низкий уровень финансовых ресурсов у промышленного производителя → низкий уровень производства промышленной продукции, а также свертывание производства”. Таким образом, основные проблемы агропромышленного сектора лежат в области

увеличения спроса на продукцию сектора, а для этого необходимо повысить уровень доходов населения. Это обеспечит не только высокий уровень потребления, но и высокий уровень сбережений, которые потом трансформируются в инвестиции, которые в свою очередь являются предпосылками для дальнейшего экономического роста. Рост реализации продукции сельхозпроизводителями позволит увеличить финансовые поступления в сектор и в значительной мере решить проблему несостоятельности и накопленных долгов. Это сделает возможным не государственное финансирование сектора.

Подходы к механизму воздействий инвестиций на экономику и направления государственного регулирования инвестиционного процесса могут различаться, как по темпам воздействия инвестиций на экономику, так и по их направленности. Рассмотрим два основных варианта.

Первый вариант – инвестиции определяются главным фактором экономического роста: чем больше государство сберегает, тем выше темпы экономического роста. Однако увеличение фонда накопления сверх определенного уровня ведет к задержке решения социальных проблем, в конечном итоге ведет к замедлению развития производства, эффективность снижается, что является следствием закона убывающей доходности (для определенного периода времени и определенного инвестиционного и инновационного потенциала). В макроэкономическом аспекте это требует: сдерживание инфляции в рамках принятых бюджетных обязательств; поддержание сбалансированности бюджета; проведение сбалансированной внешней торговли; поддержание умеренной процентной ставки; создание благоприятного налогового климата. При этом необходима политическая и правовая стабильность в стране, это позволит прогнозировать риски с большей долей вероятности.

Второй вариант – цепочка причинно-следственных связей направлена в обратную сторону: спрос ведет к росту производства, что заставляет хозяйствующие субъекты осуществлять инвестиции. Чем выше доходы, тем больше государство сберегает, и, следовательно, может инвестировать.

По первому варианту для накопления капитала, необходимого для поступательного развития экономики, государство должно всеми возможными мерами, механизмами и инструментами поощрять сбережения (накопления) и ограничивать потребление; по второму, напротив,

государство должно всеми возможными методами способствовать увеличению спроса, в том числе потребительского, который будет поощрять дополнительные инвестиции и, в итоге, «вытянет» экономику, обеспечит приток в нее инвестиций и, как следствие, экономический рост.

Оба эти подхода справедливы и имеют право на существование. Для преодоления негативных тенденций необходимо определить оптимальный уровень валового накопления в ВВП, уровень инвестиций в ВВП.

Эффективность инвестиций в экономику решающим образом зависит от правильности выбираемых приоритетов. По нашему мнению, важными направлениями экономической политики государства по стимулированию привлечения национальных и иностранных инвестиций в АПК является: 1) территориальное приоритетное развитие сельского хозяйства; 2) селективная поддержка отраслей и производств АПК (определение «полносов» роста); 3) создание и поддержка финансовых институтов, финансирующих АПК; 4) создание благоприятного инвестиционного климата.

Приоритетными для инвестирования должны стать территории РФ, где производится высокая доля сельскохозяйственного сырья, эти территории должны стать надежной сырьевой базой для перерабатывающей и пищевой промышленности. По нашему мнению, Ставропольский край должен являться территорией приоритетного финансирования, так в 2006 году доля продукции сельского хозяйства Ставропольского края в РФ составила 21,3 %. В рейтинге 100 лучших организаций России по производству зерна входят 30 хозяйств Ставропольского края. Двенадцать хозяйств края вошли в число лучших предприятий России по эффективности производства подсолнечника.

Правительством Ставропольского края по предложению Минсельхоза края принято решение о целенаправленной государственной поддержке из краевого бюджета наиболее эффективных производителей молока. Субсидии в 2007 году будут предоставляться ведущим и перспективным хозяйствам.

Отрасли пищевой и перерабатывающей промышленности, а вне АПК, предприятия, входящие в состав крупных промышленных холдингов, специализирующихся помимо своей основной деятельности на производстве и глубокой переработке сельскохозяйственного сырья также должны являться приоритетными для инвестирования. Суть данной меры заключается в том, что ограниченные в размере инвестиции должны

направляться в те отрасли, которые обеспечивают наибольшую занятость, способствуют росту «совокупного» дохода за сравнительно короткий промежуток времени, а также которые производят потребительские товары. Логика данного направления определяется цепочкой следующих причинно-следственных связей: «рост совокупных расходов на потребительские товары → рост совокупного дохода хозяйствующих субъектов, производящих эти товары → мобилизация свободных денежных средств на финансовом рынке → перелив капитала из прибыльных в менее прибыльные отрасли → оживление предпринимательской деятельности во всех отраслях → экономический рост». Эффективно функционирующая перерабатывающая и пищевая промышленности АПК в дальнейшем позитивно скажутся на функционировании сельского хозяйства, поставляющего им сельскохозяйственное сырье и продукты, а также на отраслях, выпускающих средства производства для него.

В настоящее время наблюдается тенденция роста количества интегрированных структур. В 2001 году свою производственную деятельность с привлечением частного капитала (инвесторов) осуществляли 52 сельскохозяйственные организации, сегодня их количество – более 100. В процесс создания интегрированных структур вовлечены не только фирмы других регионов России, но и Ставропольский крупный бизнес: ОАО «Пятигорский хлебокомбинат», ООО «Агрофирма «Золотая нива»», ОАО концерн «Энергомера», ООО «Региональный фонд инвестиций». Данные агропромышленные формирования вкладывают средства не только в высокорентабельные отрасли растениеводства, но и активно занимаются животноводством, социальными вопросами села.

Наряду с положительными примерами привлечения инвестиций в сельское хозяйство следует отметить и недостатки. Отдельные инвесторы ликвидируют низкорентабельные и трудоемкие, с их точки зрения, производства, в первую очередь животноводство, сокращают количество рабочих мест, уходят от решения социальных вопросов села, что влечет социальную напряженность, поскольку, в большинстве случаев, сельскохозяйственная организация имеет статус градообразующей

Анализ функционирования предприятий АПК Ставропольского края и мер их государственного регулирования и поддержки показал, что для их эффективного функционирования необходимо восстановление их инвестиционного потенциала



и развитие инвестиционного процесса посредством усиления в нем роли государства. С целью привлечения капитала инвесторов необходимо создавать территории приоритетного развития

и перспективных видов деятельности в АПК, что позволит обеспечить многоканальность ресурсного обеспечения предприятий АПК за счет различных источников.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ставропольский край в цифрах: Краткий статистический сборник/ Ставропольский краевой комитет государственной статистики. Ставрополь, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006.

2. **Лисин В.** Инвестиционные процессы в рыночной экономике. Вопросы экономики. 2004. № 6.

3. **Митин С.С.** Развитие агротехнологий и формирование государственной технологической политики в сельском хозяйстве. Экономика с/х и перераб. предприятий. 2005.

4. **Огарков С.** Причины кризиса в сельском хозяйстве и направления его оздоровления. АПК: экономика, управление. 2004. № 5.

5. **Румянцева Е.Е.** Некоторые негативные черты современного инвестиционного процесса в России. Финансы и кредит. 2005. № 4.

6. **Глазьев С.Ю.** Как добиться экономического роста? (Макро динамика переходной экономики: упущенные возможности и потенциал улучшения). Российский экономический журнал. 1996. № 5, 6, 7.

Матвеев А.И.

МЕХАНИЗМЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА

Современный уровень развития экономики характеризуется наличием рынка любого товара, в том числе рынка продовольствия. Однако продовольственные рынки имеют целый ряд особенностей, обуславливающих необходимость выполнения специфических требований к организации их эффективного функционирования [1]. Рынок продовольствия представляет собой сложную экономическую систему, причем каждому уровню развития этой системы присущи свои отличительные характеристики. На сегодняшний день наличие таких рыночных атрибутов как спрос, предложение, цена и конкуренция позволяют выделить региональные, федеральный и мировой рынки продовольствия. На каждом из данных уровней происходят взаимосвязанные и взаимозависимые процессы, обуславливающие конъюнктурные изменения рынка продовольствия в целом [1, 2, 3].

На состояние отечественного рынка продовольствия, оказывают влияние социально-экономические и политические процессы, происходящие как в нашей стране, так и за рубежом. Из-за существенного подрыва агропромышленного комплекса нашей страны, формирование предложения сырья на рынке продовольствия в настоящее время также осуществляется за счет импорта,

что снижает эффективность функционирования продуктовых подкомплексов, ущемляет интересы отечественных производителей и переработчиков сырья, а главное – является существенной угрозой потери нашей страной продовольственной и экономической безопасности. Однако полностью отказаться от импорта сырья в настоящее время означает не удовлетворить потребности населения в конкретном продукте. Более того, на восстановление отечественного агропромышленного комплекса потребуется несколько лет, в течение которых формирование предложения будет осуществляться как за счет отечественного, так и за счет импортного сырья. Вот почему вопросы гибкого регулирования продовольственных рынков, в регионах со сложившимися традициями производства сырья и его промышленной переработки, являются чрезвычайно актуальными.

Продовольственный рынок – это совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена, посредством которого осуществляется реализация продовольственных товаров. Через продовольственный рынок происходит приспособление объема и структуры товарного производства к объему общественных потребностей в продовольствии, поддерживаются прямые и обратные связи между его производителями и потребителями.

Необходимыми предпосылками и условиями нормального функционирования продовольственного рынка являются [1]:

1. Развитие предпринимательской деятельности, правовая и экономическая независимость хозяйствующих субъектов рынка в сочетании с их экономической ответственностью за результаты производственно-коммерческой деятельности.

2. Совершенствование инструментов многоукладной экономики и развитие конкурентной среды.

3. Государственное регулирование в сфере производства, заготовок, переработки и реализации отдельных видов сельскохозяйственного сырья и продуктов его переработки (например, зерна, сахарной свеклы, мяса).

4. Опережающее развитие производственной и рыночной инфраструктуры и информационной сети.

5. Ликвидация всех препятствий на пути движения товарных потоков внутри и между регионами.

Функционирование цивилизованного продовольственного рынка основывается на двух его основных принципах: прозрачности в части обеспечения достоверной информацией и паритетности доходов по всей технологической цепочки производства, переработки и доведения готовой продукции до потребителя.

Факторами, влияющими на формирование оптимальной структуры и обеспечивающие эффективную реализацию функций управления продовольственным рынком являются [4, 5]:

- организационная структура управления должна быть адекватной структуре производства, межотраслевому характеру научно-технических и социально-экономических проблем, решаемых с помощью инструментов продовольственного рынка;

- все органы управления должны выполнять координирующие и регулирующие функции;

- государство не должно вмешиваться в оперативно-хозяйственную деятельность предприятий, а осуществлять управление с помощью экономических механизмов;

- органы государственного управления должны защищать внутренний продовольственный рынок, поддерживать цены на сырье и готовую продукцию;

- система управления должна обеспечить регулирование всех сфер продовольственного рынка и всех его элементов (производство сырья и конечной продукции, реализацию, потребление и др.). При этом особенно важно осуществление

функций индикативного планирования и прогнозирования развития продовольственного рынка, обеспечивающих оптимальные пропорции между сырьевой базой и производственными мощностями перерабатывающих заводов, производственной и социальной инфраструктурами, производством и потреблением, материально-техническими, финансовыми, трудовыми и другими ресурсами;

- основным методом координации, взаимодействия государственных и негосударственных органов управления должно стать согласование интересов государства, сельских товаропроизводителей и переработчиков путем ежегодного подписания межотраслевого соглашения;

- критериями оценки эффективности функционирования системы управления продовольственным рынком должны быть показатели экономической, социальной и экологической эффективности производства, качество и конкурентоспособность продукции.

Для увеличения доли отечественных товаров на региональных рынках необходимо применение комплекса мер, которые с одной стороны ограничивали бы импорт, а с другой создавали бы условия для увеличения объемов отечественного производства. При этом, для того, чтобы рынок развивался динамично, и предприятия имели бы стимул по повышению эффективности своей работы необходимо, чтобы применяемые меры не нарушали условий конкуренции между производителями внутри страны и устанавливали конкурентные условия для производителей-импортеров.

При оценке продовольственного рынка важно правильно оценить роль импорта для его нормального функционирования и развития. Импорт – средство не только более полного удовлетворения потребностей страны в продовольствии путем восполнения недостаточного объема его производства, расширения ассортимента, но и формирования на внутреннем рынке конкурентной среды как условия удешевления товаров и повышения их качества. Наряду с этим следует иметь в виду, что субсидируемая государствами-экспортерами реализация импортных товаров по демпинговым ценам связана с угрозой вытеснения с внутреннего рынка отечественных товаропроизводителей.

Основные факторы, влияющие на выбор сырьевых ресурсов на продовольственном рынке – это качество, цена, страна-изготовитель и рекомендации продавцов. Однако следует заметить, что наиболее актуальной данная проблема становится на этапе розничной реализации [1, 2].



Стимулирование сбыта в настоящее время на существующем рынке продукции осуществляется системой мер, направленных на активизацию покупательского спроса, ускорение процесса продвижения и реализации товара при условии, что покупатель знает товар. К числу мер, непосредственно воздействующих на покупателя продуктов, относятся: скидки на цену, предоставление кредита, премиальная продажа, конкурсы, лотереи, гарантии возврата денег, если купленный товар по каким-либо причинам не понравился покупателю, и т. д. Кроме того, в систему стимулирования сбыта входят меры, предусмотренные для оптовых покупателей и дилеров. К таким мерам относятся скидки на цену при увеличении объема приобретаемых товаров, бесплатная поставка пробных партий товара, возмещение расходов посредников на рекламу и др.

Стимулирование сбыта продукции включает также стимулирование сферы торговли (зачеты за покупку, совместная рекламная деятельность и др.) и торгово-посреднического персонала фирмы-производителя (премии, конкурсы, конференции и др.).

Нехватка сырья, невозможность загрузить производственные мощности и, следовательно, рост условно-постоянных издержек производства, ресурсоемкий характер производства и высокие закупочные цены потребляемых ресурсов, диспаритет цен на промышленную продукцию и продовольственные товары и многие другие причины обуславливают низкую экономическую эффективность производства продукции перерабатывающими предприятиями региона. В результате региональный рынок насыщается продукцией, производимой в других регионах, а также за рубежом. Кроме этого, при производстве отечественных продуктов все в большей степени используется импортное сырье. Таким образом, сложившаяся в настоящее время на региональном продовольственном рынке ситуация представляется критической. Для эффективного функционирования регионального рынка продуктов необходимо скорейшее принятие адекватных мер, позволяющих осуществлять гибкое регулирование рынка, его элементов и инфраструктуры.

Регулирование продовольственного рынка в современных условиях должно, в первую очередь, обеспечить решение следующих проблем:

- выбор вида сырья для промышленной переработки с целью обеспечения продовольственной безопасности страны по стратегическому продукту на государственном уровне;

- повышение экономической эффективности производства продукции из отечественного сырья на имеющихся перерабатывающих мощностях.

Развитие рынка продукции в настоящее время представляется возможным в основном за счет реализации совершенствования его функциональной инфраструктуры, а именно таких важнейших ее элементов как финансово-кредитные учреждения, информационные и консалтинговые центры.

Для эффективного функционирования продовольственного рынка мы считаем целесообразным создание на региональном уровне трех основных институциональных структур, призванных регулировать региональный рынок – оптовый продовольственный рынок (ОПР), фонд финансовой поддержки производителей и переработчиков сырья и консультационно-мониторинговую систему.

Для обеспечения устойчивых связей между товаропроизводителями и потребителями сельскохозяйственной продукции приоритетным направлением мы считаем создание сети местных, региональных и межрегиональных оптовых рынков, действующих на основе:

- оптимального перераспределения сельскохозяйственной продукции отечественного производства через систему ОПР;

- эффективного использования существующей рыночной инфраструктуры, реконструкции и ввода новых объектов;

- целевого использования бюджетных средств и привлечения дополнительных инвестиций;

- доступности необходимой информации для всех участников системы ОПР;

- внедрения новых прогрессивных технологий для повышения качества и соответственно конкурентоспособности продукции.

В целом реализация системы оптовых продовольственных рынков позволит на основе экономического стимулирования сельскохозяйственных товаропроизводителей повысить объемы производства и качество продукции, осуществить насыщение продовольственного рынка и улучшить социально-экономическую ситуацию в АПК.

Для региональной экономики преимущества создания ОПР заключаются в создании дополнительных рабочих мест, увеличении налоговых отчислений и росте инвестиционной привлекательности региона, снижении цен в розничной торговле на 15–20% за счет исключения посредников в цепи между товаропроизводителем и потребителем, а главное – в решении проблемы продовольственного обеспечения региональных потребителей.

Регулирование продовольственного рынка требует создания корпоративной информационной системы с обязательной мощной аналитической составляющей, использующей широкий спектр экономико-математических и статистических методов. В качестве такой системы мы предлагаем создание при региональном ОПР консультационно-мониторинговой системы, позволяющей систематизировать и проводить объективный анализ данных об изменениях рыночной конъюнктуры.

Предлагаемый механизм регулирования способен существенно улучшить показатели функционирования регионального продовольственного рынка.

Маркетинговые системы представляют собой совокупность субъектов канала распределения, находящихся на разных его уровнях, но действующих как единое целое (вертикальные маркетинговые системы) или находящихся на одном уровне и занимающихся одним видом деятельности (горизонтальные маркетинговые системы).

Для обеспечения экономической эффективности производства каждым участником регионального продовольственного рынка необходимо предоставить им экономическую свободу выбора условий сотрудничества. Так, сельскохозяйственные предприятия должны самостоятельно определять объемы производства и продажи сырья, условия поставки продукции. В то же время в целях гарантирования приоритета потребителя в договорах целесообразно предусмотреть возможность воздействия на формирование ассортимента, объемы и качество поставляемой ими продукции. Для этого перерабатывающим предприятиям необходимо предоставить право повышать или понижать базовые цены в зависимости от качества и объемов поставляемой продукции, сроков поставок, соответствия ее установленным стандартам. Это позволит более полно учитывать потребительский спрос населения на продукты.

Целесообразность вступления сельхозтоваропроизводителей в те или иные интегрированные объединения, а также устойчивое функционирование уже созданных структур возможны при условии, что каждый из участников данного процесса получит прибыли на единицу вложенных средств больше, чем при всех других вариантах собственного развития. Критерием взаимной экономической целесообразности вступления сельхозпроизводителей в те или иные интегрированные формирования является коэффициент экономической целесообразности, который рассчитывается как отношение прибыли от участия

в интегрированных формированиях (на начальной стадии и в перспективе) к прибыли от участия в альтернативных проектах.

Особенного внимания заслуживает выбор эффективных каналов распределения при развитии вертикальных и горизонтальных маркетинговых систем, так как это существенно влияет на объем сбыта продукции интегрированными объединениями в целом. Исходя из особенностей каждого интегрированного предприятия очень важно определить оптимальное соотношение между объемом реализации и числом покупателей, клиентов. Очевидно, что в случае, когда у руководства предприятия имеется возможность устанавливать число постоянных клиентов с точки зрения объемов товаров, закупаемых ими у предприятия в целом и по отдельным каналам в частности, это сделать необходимо. Такая ситуация существует, когда спрос на продукты предприятия превышает возможности его товарного покрытия и можно установить число постоянных клиентов.

В настоящее время наиболее актуальным направлением совершенствования регионального производства является его концентрация и специализация с тем, чтобы повысить использование мощностей и на этой основе снизить стоимость переработки и обеспечить рост конкурентоспособности продукции [1, 3].

Экономической основой создаваемого на основе вертикальной интеграции формирования по производству, переработке и реализации является сбалансированность интересов участников замкнутого технологического процесса. При этом экономические взаимоотношения ориентируются на достижение следующих целей:

- решение проблемы эквивалентности обмена;
 - достижение согласованности интересов участников интеграции;
 - обеспечение пропорциональности и ритмичности совместного производства.
- Для реализации поставленных целей необходимо решение следующих задач:
- создание фондов поддержки первичных товаропроизводителей и повышение их доли в цене конечной продукции;
 - определение индивидуального вклада каждого участника в общий результат и распределение в соответствии с ним совокупного эффекта от интеграционной деятельности;
 - эффективная реорганизация организационно-правовых форм хозяйствующих участников.

В сложившихся к настоящему времени условиях хозяйствования, создаваемое интегрированное



формирование должно ликвидировать противоречия между участниками агропромышленного производства и обеспечить согласованный режим функционирования всех звеньев технологического процесса.

Взаимодействие с партнерами по технологической цепи внутри интегрированного формирования может быть построено по трем вариантам [3, 5]:

- договорному;
- на основе участия в органах управления субъектов интеграции;
- посредством включения субъектов интеграции в состав одного юридического лица.

В создаваемом интегрированном формировании, по нашему мнению, целесообразно будет использовать все три варианта экономического взаимодействия.

Структуру розничных цен мы предлагаем положить в основу паритетного распределения доходов участников интеграционного объединения участников регионального продовольственного рынка.

Распределение выручки между участниками интегрированного объединения предлагается осуществлять после централизованной уплаты из общей выручки налогов и выделения сумм на инвестиции в производство. При этом необходимо следить, чтобы величина распределенного дохода покрывала издержки производителей и

обеспечивала бы условия для расширенного воспроизводства.

После возмещения текущих издержек основные участники регионального продовольственного рынка получают прибыль, которую могут направлять на расширение и развитие производства.

Кроме организации более эффективного взаимодействия субъектов технологической цепи, позволяющей рационально использовать ограниченные ресурсы и перераспределять их на расширение производства, другим источником инвестиций является снижение транзакционных издержек.

Создание интегрированного формирования на региональном продовольственном рынке с помощью предложенной методики позволит всем участникам интеграции достичь своих целей и получить прямой эффект, а также общий синергетический эффект от реализации организационного механизма интеграции.

Создаваемое интегрированное формирование объединит не только непосредственных партнеров по технологической цепи по производству и переработке сырья, но и участников, способных обеспечить наилучшие условия функционирования формирования. В результате организации производства с замкнутым циклом в интегрированном формировании будет осуществляться глубокая переработка сырья, с целью реализации готовой продукции на потребительском рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Авдашева С.Б., Розанова Н.М.** Теория организации отраслевых рынков. М.: Магистр, 1998. 274с.
2. **Степанов А.И.** Инерция капиталов // Экономические стратегии. 2006. № 2 (43).
3. **Клинов В.Г.** Об экономической стратегии России // Экономические стратегии. 2006. № 1 (43).
4. **Колемаев В.А.** Экономико-математическое моделирование. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 295 с.
5. **Румянцев Е.Е.** Некоторые негативные черты современного инвестиционного процесса в России // Финансы и кредит. 2005. № 4.
6. **Лисин В.С.** Инвестиционные процессы в рыночной экономике // Вопросы экономики. 2004. № 6.

Жулева О. И.

О ПРОБЛЕМАХ ИНТЕГРАЦИИ ДОБЫВАЮЩЕГО И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО СЕКТОРОВ РОССИЙСКОЙ РЫБНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Экономические реформы 90-х привели к резкому росту количества предприятий в отечественной рыбной отрасли. При этом рыбная промышленность в целом приобрела ярко выраженную сырьевую

направленность. Рыбообработка оказалась вообще в бедственном положении. Именно поэтому и назрела необходимость интеграции предприятий отрасли. Осуществляться этот процесс должен на

базе уже существующих крупных предприятий. Создание предприятия рыбохозяйственного комплекса с вертикально-интегрированной структурой позволит снизить неопределенность в работе предприятий и увеличить их защищенность от непредсказуемых изменений внешней среды.

Сам процесс интеграции в рыбной отрасли уже начался и с каждым годом набирает все большую силу. Но чтобы он продолжался, нужно совершенствовать систему распределения квот на вылов водных биологических ресурсов и, параллельно с этим создавать условия для того, чтобы уловы везли в мурманский порт и чтобы наши береговые обрабатывающие предприятия закупили отечественное сырье.

Постановлением Правительства Мурманской области от 29.12.2005 г. № 528-ПП была принята региональная целевая программа “Развитие береговой рыбопереработки в Мурманской области на 2006–2008 годы”. Обязательным для участия в программе было условие, согласно которому не менее 70 % общей суммы доходов предприятие получает при осуществлении переработки рыбы и иных объектов водных биоресурсов. Фактически в выполнении программы приняли участие 14 предприятий.

Финансовая поддержка этих предприятий должна осуществляться в части субсидирования банковских процентных ставок по кредитам, получаемым в российских кредитных учреждениях. Область берет на себя обязательства по возмещению до 50 % затрат на погашение кредитных ставок. При этом предприятия должны отчитываться о целевом использовании выделенных кредитных средств.

По итогам 2006 г. общие производственно-экономические показатели работы предприятий-участников программы превысили плановые результаты того же года на 14 %. Несмотря на это сократилось количество рабочих мест, что было вызвано снижением объемов производства на мелких предприятиях и интенсификацией выпуска на крупных. Это еще раз свидетельствует о том, что, чем крупнее предприятие, тем легче ему добиться более высоких производственных показателей.

Большинство береговых рыбоперерабатывающих предприятий Мурманской области – субъекты малого и среднего предпринимательства. Старение производственных фондов и удорожание энергоносителей – серьезные проблемы для этих предприятий. Разработанная в Мурманской области целевая программа по развитию береговой рыбопереработки – существенный шаг навстречу

предприятиям, но с помощью только ее реализации проблемы не решатся. Необходима более полная загрузка обновленных мощностей, а эту проблему без решения сырьевого вопроса устранить нельзя. Интеграция добывающих флотов и перерабатывающих предприятий должна играть в этом не последнюю роль.

Сегодня береговые рыбоперерабатывающие предприятия Мурманской области потребляют менее 10 % (по объему) выгрузок рыбопродукции российских судов и импорта в г. Мурманске. Остальная рыбопродукция поступает на розничные рынки других регионов, пройдя через цепочку из 2–4 посредников или на их перерабатывающие предприятия. При этом равновесные цены рыбного сырья определяются рыночными факторами спроса и предложения, возможностями и предпочтениями массового покупателя [7, с. 335].

При построении классического холдинга с замкнутым циклом производства в первую очередь сократится число посредников, что, безусловно, скажется на розничных ценах на рыбопродукцию.

Допустим, что себестоимость переработки сельди составит $12/57,5\% \cdot 100\% = 20,87$ руб. Тогда отпускная цена переработки – $20,87 \cdot 1,4 = 29,22$ руб., а розничная цена – $29,22 \cdot 1,2 = 35,06$ руб. (согласно коэффициенту канала 2, равному 1,68). Эта цена ниже нынешней средней на 29,94 руб. или на 46,06%.

Аналогичная ситуация в большей или меньшей степени складывается и по другим видам водных биологических ресурсов.

При использовании канала 4 розничная цена все той же сельди составит $20,87 \cdot 2,016 = 42,07$ руб., что на 22,93 руб. или на 35,28% ниже нынешней цены.

При снижении цены, соответственно, увеличится объем загрузки производственных мощностей предприятий, входящего в состав холдинга, возрастет спрос на рыбопродукцию со стороны населения, а, значит, увеличится объем товарной продукции и общая выручка и, как следствие, чистая прибыль.

В результате, за счет чистой прибыли появляется возможность для модернизации и обновления материально-технической базы предприятий, входящих в состав холдинга, что, в свою очередь, способствует загрузке судоремонтного предприятия. Выгода государства при этом очевидна, поскольку рост доходов уже сам по себе предполагает рост налоговых поступлений в бюджет. Кроме того, с ростом прибыли растет платежеспособность предприятия.



Проблема обновления материально-технической базы добывающего сектора может решаться с помощью кредитов, причем, чем больше финансовая устойчивость предприятия, тем больше вероятность получения гарантии по кредиту, в том числе и государственной. То есть в случае создания и функционирования холдингового объединения произойдет снижение числа посредников и совокупный эффект совместной работы позволит увеличить прибыльность, что может отчасти способствовать решению насущных проблем отрасли.

Понятно, что нужно предпринимать меры по стимулированию создания холдинговых структур в рыбной промышленности. Одного принятия, например, Закона о холдингах явно недостаточно. На сегодняшний день в Мурманской области 80 % пищевой продукции вырабатывается прямо на судах и только 20 % на береговых предприятиях. При этом, по мнению бывшего руководителя областного департамента рыбной промышленности В. Зиланова, да и не только, резервы по наращиванию более глубокой переработки сырья в нашей области есть. И “при имеющихся хороших возможностях для насыщения рынка рыбными товарами нужно думать о ценообразовании” [1].

Нигде в мире нет столь свободного ценообразования на продукцию рыбной промышленности как в России. Например, “...в Японии существует закон, по которому разница между оптом и розницей не должна превышать от трех до семи процентов, и посредников не может быть более трех” [1]. По мнению В. Зиланова, такой “...законный механизм госрегулирования, ... вполне может быть применен и в России. В то же время ставить целью снижение цен на рыбопродукты – не задача государства. Задача государства – создать условия для товаропроизводителей, чтобы они могли почувствовать себя на внутреннем рынке комфортно”. Нужно, чтобы “...рыбная промышленность давала продукцию на внутренний рынок и при этом была прибыльной” [1].

В достижении этой цели существенная роль отводится интеграции добывающего флота с береговыми предприятиями. При этом “добытчики и переработчики должны договариваться о цене на сырье”. Сегодня “на судах вырабатывается по большей части мороженая продукция, которая подлежит дальнейшей переработке”. При этом “если у вас есть перерабатывающее предприятие, вы предлагаете добытчику поставлять вам сырье, и прибыли будет не один рубль с килограмма сырья, а два рубля, допустим... нужно поделить эту прибыль и для развития” [1].

Итак, для повышения эффективности функционирования отрасли в целом необходимо продолжать интеграционные процессы, уже начавшиеся в рыбной отрасли. При этом основное внимание нужно уделять вертикальной интеграции, одним из вариантов которой является создание холдинговых структур производственного типа. Преимуществом таких структур является концентрация финансовых ресурсов и общее управление всей технологической цепочкой производственного процесса – от добычи сырья до сбыта готовой рыбопродукции. При этом не нужно забывать и о судоремонтных предприятиях, поскольку с их помощью можно частично решить проблему модернизации производственных мощностей. Они тоже должны входить в состав холдинговых объединений.

Для успешного функционирования холдингов необходимо принятия ряда мер на государственном уровне. Во-первых, необходимо принять закон о холдингах, который должен регулировать их деятельность.

Во-вторых, нормальная деятельность холдинговых структур без систематических поставок рыбного сырья на российский берег вряд ли представляется возможной, поскольку трудно заключать договор о постоянных поставках сырья между береговым и перерабатывающим предприятиями, не имея хотя бы минимальных гарантий его исполнения.

Для решения вопроса поставок уловов отечественными судами в российские порты необходимо также законодательное регулирование норм платежей и сборов и установление их на минимальном уровне или даже полной отмены части из них, а также скорейшее принятие упрощенной процедуры оформления рыбных грузов в российских портах. Последнее с большой долей вероятности может быть осуществлено уже в ближайшее время.

Кроме того возможно применение на практике толлинговых схем производства рыбопродукции. Толлинг – это производство готовой продукции из давальческого сырья. Давальческим видом сырья считаются сырье, материалы, продукция, передаваемые их собственниками (владельцами) без оплаты, на договорной основе, перерабатывающим предприятиям (переработчикам) для производства готовой продукции путем переработки, обработки и технологической доработки.

К преимуществам толлинга можно отнести: развитие конкуренции на внутреннем рынке – внутренний толлинг расширяет рынок пос-

тавщиков покупателей, снижение социальной напряженности в регионах – толлинг позволяет загрузить мощности простаивающих заводов, тем самым обеспечить выплату зарплаты персоналу, накопление предприятиями собственных оборотных средств, повышение выживаемости предприятий – толлинг позволяет функционировать предприятиям, не обладающим свободными денежными средствами, с практически отсутствующими оборотными средствами, и даже предприятиям со значительными долгами.

Такая схема в перспективе может применяться и в рыбной промышленности и способствовать развитию более глубокой переработки. Но в этом случае лучше использовать такие схемы именно внутри холдингов, поскольку структуры такого типа работают на достижение максимальной эффективности совместной деятельности. При этом перерабатывающее предприятие, куда добывающая компания поставяет сырье без оплаты, часть прибыли от реализации готовой продукции должно перечислять последней (исландский опыт).

В качестве одной из мер по обеспечению отечественных береговых предприятий сырьем предлагается также стимулировать ввоз импортного сырья путем снижения импортных пошлин, а размер пошлин для ввозимых рыботороваров высокой степени переработки, наоборот, увеличивать. По мнению главы Минэкономразвития Э. Набиуллиной, “такая политика государства будет способствовать ... переносу производства на территорию России” [3, с. 4]. Кроме того предлага-

ется установить нулевую ставку НДС при вывозе готовой продукции “в условиях таможенных режимов переработки по аналогии с толлинговыми схемами” [3, с. 4].

Бесспорно, что сырье, добываемое в Российской экономической зоне должно в первую очередь перерабатываться на отечественных предприятиях. Но вопрос о привлечении российских судов как никогда сегодня актуален. Хотя, “к примеру, ни в Исландии, ни в Норвегии подобный вопрос не возникает вообще. Всем понятно, что рыба, которая вылавливается в их экономических зонах, сначала поставляется на берег, подлежит контролю и учету и только после этого идет в переработку или продается в виде сырья” [6]. При этом поставки сырья на береговые предприятия малоприбыльными, как это нередко бывает в России, назвать нельзя. Рыбасырец, ввозимая в порты этих стран не облагается различными платежами.

Кроме того, экономически целесообразнее вести промысел в прибрежной зоне судами малотоннажного флота, тем более что для организации крупномасштабного прибрежного промысла имеются реальные сырьевые ресурсы, а выделяемые квоты осваиваются не полностью.

Но мало только лишь хорошо осваивать квоты. Нужно также, чтобы при этом добывающие суда, ведущие промысел в прибрежной зоне, являлись частью добывающе-обрабатывающего комплекса местного значения [4, с. 118].

Но такая производственная схема возможна при условии, что отечественные суда будут везти уловы на российский берег.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Зиланов В. Профессионализм – основа развития рыбохозяйственного комплекса [Электронный ресурс]. 03 марта 2004. Режим доступа: http://www.fishkamchatka.ru/2004/content.phtml?content=3/03_03_20041&dates.
2. Новые песни о главном // Рыбные ресурсы [Электронный ресурс]. 28 сентября 2007. Режим доступа: <http://www.fishres.ru/news/print.php?id=6594>.
3. Нулевой НДС // Рыбный Мурманск. 2008. 4 марта. № 3(314). с. 4.
4. Принят ряд предложений // Рыбные ресурсы [Электронный ресурс]. 06 октября 2004. Режим доступа:

www.fishres.ru.

5. Проект рыбохозяйственного комплекса с замкнутым циклом «добыча-обработка-реализация». Мурманск: Изд-во МГТУ, 2006. 152 с.
6. Холод Л. Отсутствие механизма рыночного перераспределения квот приведет к росту коррупции // Профиль [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.profile.ru/items/?item=9453>.
7. Храпов В.Е. Методы усиления государственно-го влияния на работу рыбной отрасли / В.Е. Храпов, Т.В. Турчанинова // Вестник МГТУ. 2005. Т. 8 № 2. С. 333–337.

Парамонова Г.П., Потапова Н.С.

ВЛИЯНИЕ МОНОПОЛИЗАЦИИ РЫНКА НЕФТЕПРОДУКТОВ НА РЕГИОНАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ ПРОДУКТ

Большие расстояния, неравномерное освоение Дальнего Востока обусловили специфику формирования рынка нефтепродуктов Дальневосточного федерального округа (ДФО). Кроме того, экономико-географическое положение региона, его высокий нефтегазовый потенциал, близость емких зарубежных рынков сбыта и транзитность территории при перевозке нефти, добываемой в Сибири, в страны АТР отличает его от европейских и сибирских рынков. А отсутствие развитой технологической инфраструктуры, разветвленного доступа к мощным независимым производителям нефтепродуктов не позволяет вести политику диверсификации и понижения цен, используя возможности межрегиональной и международной конкуренции. В таких условиях актуальной становится исследование проблемы влияния монополизации рынков сбыта на величину регионального валового продукта отдельно взятой территории. Так как для Дальнего Востока с его природно-ресурсным потенциалом и сырьевой направленностью экономики, практически все отрасли промышленности можно условно рассматривать как монополии, то нефтепереработка и рынок нефтепродуктов, представленные в исследованиях с этой точки зрения являются наиболее характерными.

Все поставки нефтепродуктов на рынок ДФО осуществляются производственными структурами крупных вертикально-интегрированных компаний полного цикла – ОАО НК «Роснефть» и ОАО НК «Альянс». Сбытовая политика этих компаний базируется на оптимизации совокупных доходов на дальневосточном сегменте, когда в расчет принимаются сравнительные выгоды продажи

нефтепродуктов либо на внешний рынок, либо внутренним потребителям.

Основные потребители нефтепродуктов на внутреннем рынке – это население, агропромышленный комплекс, промышленность и транспорт. Структура потребителей нефтепродуктов в ДФО представлена на графике (рис. 1).

Как видно из рис. 1, наибольший удельный вес (около 70 % общего объема потребления нефтепродуктов в ДФО) приходится на розничную сеть АЗС, реализующих нефтепродукты населению и предприятиям агропромышленного комплекса.

Известно, что потребление нефтепродуктов в странах и отдельных регионах связано с валовым региональным продуктом (ВРП). Анализируя динамику ВРП и потребление в ДФО нефтепродуктов за 1996–2006 гг., можно сделать вывод, с ростом ВРП увеличивается потребление нефтепродуктов (рис. 2). Как показывают расчеты, прирост ВРП на 1 % вызывает увеличение совокупного спроса на нефтепродукты на 0,5 % при значении коэффициента эластичности спроса на них, равном 0,5 [7]. Эксперты считают рынок нефтепродуктов Дальневосточного региона самым перспективным в России в связи с высоким потреблением их на душу населения. Так, за последние 10 лет потребление нефтепродуктов на душу населения увеличилось в 2 раза за счет увеличения числа легковых автомобилей и объемов грузовых перевозок. В целом автотранспорт на Дальнем Востоке – японские легковые автомобили, для работы которых необходимо использовать, в основном, высокооктановый бензин марок АИ-92 и АИ-95.



Рис. 1. Структура потребителей нефтепродуктов в ДФО в 2006 г. [6]

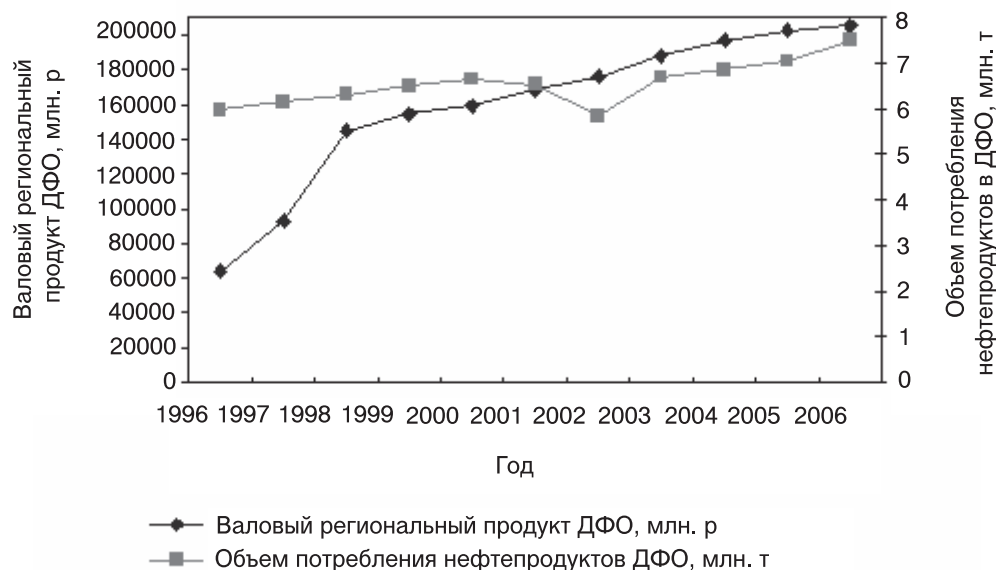


Рис. 2. Динамика ВРП и потребления нефтепродуктов в ДФО [5]

Поскольку рынок регулирует спрос и предложение, то каждая из нефтяных компаний (НК) на территории ДФО – ОАО НК «Роснефть», ОАО НК «Альянс» – предлагает такую структуру нефтепродуктов, которая обеспечивает им монопольное положение и позволяет оказывать максимальное сопротивление входу в рынок других компаний (табл. 1).

Как видно из табл. 1 ОАО НК «Альянс» является лидером по продажам бензина вследствие наличия развитой сети собственных автозаправочных станций. Монопольное положение ОАО НК «Роснефть» на внутреннем рынке обеспечивается высокой долей продаж дизельного топлива (55 %). А незначительная доля продаж бензин ОАО НК «Роснефть» на внутреннем рынке обусловлена экспортом светлых нефтепродуктов в страны Европы и Азиатско-Тихо-

океанского региона. Так, на долю экспортных поставок приходится около 80 % продукции Комсомольского-на-Амуре нефтеперерабатывающего завода.

В перспективе, после завершения строительства трансконтинентального нефтепровода «Восточная Сибирь – Тихий океан» и крупного экспортно-ориентированного нефтехимического комбината на юге Приморского края возможно возникнет конкуренция в оптовых поставках нефтепродуктов на внутренний рынок, так как часть производимой там продукции объективно будет увеличивать их предложение на дальневосточном рынке [2]. Однако ОАО «Роснефть», занимающая первое место в мире по обеспеченности запасами, которых по собственным данным компании хватит на 28 лет, вряд ли добровольно уступит свою долю рынка [3].

Таблица 1

Удельный вес продаж нефтепродуктов в Дальневосточном федеральном округе в 2006 г., (%)

Нефтепродукты	Нефтяная компания/Нефтеперерабатывающий завод		
	ОАО НК «Роснефть»/ Комсомольский-на-Амуре нефтеперерабатывающий завод	ОАО НК «Альянс»/ Хабаровский нефтеперерабатываю- щий завод	ОАО НК «Роснефть»/ Ачинский НПЗ, Ангарский НПЗ
Бензин	29	61	10
Дизельное топливо	55	31	14
Мазут	23	48	29

Как ранее отмечалось, в настоящее время на рынке ДФО присутствует только две нефтяные компании, которые диктуют свои условия и цены в регионе. Такая монополизация рынка нефтепродуктов приводит к потерям ВРП и через него возникают потери общественного благосостояния.

Эти потери можно анализировать в рамках различных концепций и с разных точек зрения. Наиболее простая модель потерь от монополии основана на предположении, что рынок рассматривается в долгосрочном периоде, при условии постоянной отдачи от масштаба производства монополиста и компаний на рынке совершенной конкуренции и равенства долгосрочных средних издержек. В этом случае величина “чистых потерь” или “мертвого груза” монополии (DWL) зависит от эластичности рыночного спроса на продукцию монополиста, общей выручки от продаж и индекса Лернера, отражающего долю прибыли монополиста в цене. Чем выше значение индекса, тем выше монопольная власть и рынок дальше от идеального состояния совершенной конкуренции.

Потери рынка от монопольной власти определяются по формуле:

$$DWL = 0,5 * E_d * TR * L^2, \quad (1)$$

где E_d – коэффициент ценовой эластичности спроса; TR – общая выручка монополиста; L^2 – индекс Лернера.

Эта формула используется, как правило, в эмпирических исследованиях, так как она позволяет определять чистые потери на основе объективных данных, характеризующих рыночный спрос и экономическое положение продавца.

Для нефтяной отрасли при условии, когда удельными весами служат доли нефтяных компаний на рынке, средний индекс Лернера будет определяться по формуле:

$$L = \frac{HHI}{E_d}, \quad (2)$$

где HHI – индекс концентрации Херфиндала – Хиршмана.

Индекс Херфиндала – Хиршмана рассчитывается по формуле:

$$HHI = \sum Y_i^2, \quad i = 1, 2, \dots, n, \quad (3)$$

где Y_i – доля компании на рынке; i – номер компании.

Для определения индекса Херфиндала – Хиршмана используем данные табл. 2.

В результате расчетов получаем следующую динамику индекса концентрации за 2004–2006 гг.:

$$HHI_{2004} = (0,7181)^2 + (0,2239)^2 + (0,058)^2 = 0,5692$$

$$HHI_{2005} = (0,4887)^2 + (0,4092)^2 + (0,1021)^2 = 0,417$$

$$HHI_{2006} = (0,5022)^2 + (0,3862)^2 + (0,1116)^2 = 0,4138$$

Итак, индекс Херфиндала – Хиршмана существенно больше 0,25. Это по формальным критериям, принятым в антимонопольной практике США, говорит о том, что рынок нефтепродуктов ДФО прямо относится к монополизированным рынкам.

Известно, что превышение 50 % доли компании на рынке вызывает существенное увеличение значения индекса Херфиндала – Хиршмана. Этот рост адекватно отражает усиление монопольной власти в геометрической прогрессии, когда крупная нефтяная компания захватывает все большую долю рынка. Крупнейшим продавцом на рынке нефтепродуктов ДФО является нефтяная компания ОАО “Роснефть” с долей рынка 56,92 % в 2004 г. и 41,38 % в 2006 г. Как показывают расчеты, в течение 2-х последних лет влияние монопольной власти ОАО НК “Роснефть” снижалась. Однако, в 2007 г. часть активов, ранее

Таблица 2

Динамика выручки от продаж НК и их доли на рынке нефтепродуктов ДФО за 2004–2006 гг.

Нефтяная компания/ нефтеперерабатывающий завод	Выручка от продаж, млн. руб.			Доля нефтяной компании на рынке ДФО, %		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006
ОАО НК «Роснефть»/ ООО «РН – КНПЗ»	2954,85	1714,93	1697,92	71,81	48,87	50,22
ОАО НК «Альянс»/ Хабаровский НПЗ	921,41	1435,97	1305,47	22,39	40,92	38,62
ОАО НК «Роснефть»/ Ачинс- кий НПЗ, Ангарский НПЗ	238,47	358,26	377,11	5,80	10,21	11,16

принадлежавших ОАО НК «Юкос», была приобретена в собственность ОАО НК «Роснефть», поэтому есть все основания предположить, что в будущем монопольная власть компании опять усилится.

Рассмотрим динамику индекса Лернера за тот же период (2004–2006 г). Согласно формуле (2) индекс Лернера и индекс концентрации Херфиндаля – Хиршмана находятся в прямо пропорциональной зависимости. Поэтому, снижение индекса Лернера в вполне предсказуемо и его значения в 2004–2006 гг. составляли:

$$L_{2004} = \frac{0,5692}{0,5} = 1,1384,$$

$$L_{2005} = \frac{0,417}{0,5} = 0,8340,$$

$$L_{2006} = \frac{0,4138}{0,5} = 0,8276.$$

Как видно из расчетов, величина индекса больше или почти равна единице, что подтверждает ранее сделанный вывод о полной монополизации рынка нефтепродуктов в ДФО одной нефтяной компанией – ОАО НК «Роснефть».

Согласно теории организации отраслевых рынков, монополия, формируя рыночное равновесие, ведет к перераспределению ресурсов в отрасли и в экономике в целом. Как ранее отмечалось, наличие монополиста, оказывающего своими действиями влияние на рыночную цену, порождает проблемы потерь общественного благосостояния. Для расчета таких потерь от НК – монополиста воспользуемся данными динамики валового регионального продукта ДФО (рис. 2), общей выручкой от продаж монополиста (табл. 2), значением индекса Лернера за 2004–2006 гг., приняв эластичность спроса на нефтепродукты 0,5 по ВРП.

Потери рынка от монопольной власти за 2004–2006 гг. составляют:

$$DWL_{2004} = -0,5 * 0,5 * 2955 * (1,1384)^2 = -957,386 \text{ млн. руб.}$$

$$DWL_{2005} = -0,5 * 0,5 * 1715 * (0,834)^2 = -298,220 \text{ млн. руб.}$$

$$DWL_{2006} = -0,5 * 0,5 * 1698 * (0,8276)^2 = -290,749 \text{ млн. руб.}$$

Расчеты показывают, снижение потерь от монопольной власти НК на территории ДФО. И все-таки только за 3 года они составили 1 546,355 млн. руб., что составляет почти 0,75 % ВРП. Такая динамика потерь обусловлена изменением структуры и объемов производства нефтепродуктов на Комсомольском-на-Амуре нефтеперерабатывающем заводе (табл. 3).

Аналогичную структуру производства нефтепродуктов имеет и Хабаровский нефтеперерабатывающий завод (НПЗ), принадлежащий ОАО НК «Альянс». Его объемы производства почти в 2 раза меньше, чем у Комсомольского-на-Амуре НПЗ.

Региональный монополизм обусловлен преимуществами эффекта масштаба и высокими финансовыми рисками. Такая модель картельного ценообразования не учитывает факторы конкуренции на розничном рынке как способ естественной балансировки соотношения цены и качества продукции, и стимул сдерживания роста цен. Выигрыш эффективности производства, обеспечиваемый производителями нефтепродуктов, не компенсирует потери общества от злоупотребления монопольной властью. В результате, например, на рынке автомобильных бензинов, рост потребительских цен в 2002–2005 гг. опережал потребительскую инфляцию (рис. 3).

Таблица 3

Структура и динамика объемов производства нефтепродуктов ООО РН – КНПЗ (ОАО НК «Роснефть»)

Вид продукта	2004 г.		2005 г.		2006 г.	
	тыс. т	%	тыс. т	%	тыс. т	%
Бензин, всего	1 081,4	19,1	1200	19,8	1200	19,6
Топливо для реактивных двигателей	261,0	4,6	260	4,3	270	4,4
Дизельное топливо	1 189,9	21,0	1550	25,5	1630	26,6
Мазут	2 249,7	39,7	2450	40,4	2460	40,1
Прочие нефтепродукты	883,0	15,6	610	10,0	570	9,3
Итого	5665	100	6070	100	6130	100

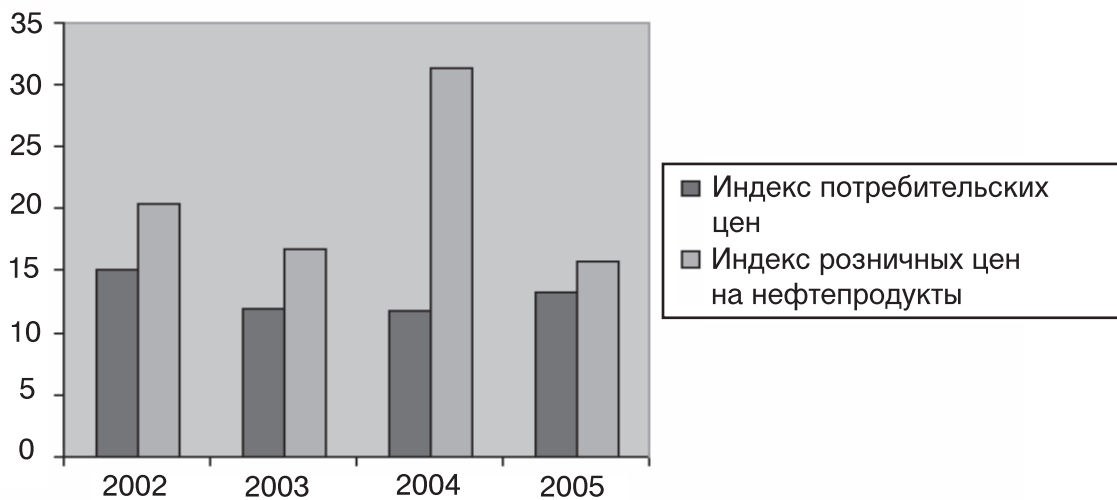


Рис. 3. Динамика индекса потребительских цен и цен на нефтепродукты за 2002–2005 гг. [6]

Кроме картельного соглашения существуют и объективные факторы роста потребительских цен на нефтепродукты:

- 1) низкая глубина переработки нефти на устаревшем оборудовании на нефтеперерабатывающих заводах;
- 2) увеличение спроса в странах Азиатско-Тихоокеанского региона;
- 3) рост мировых цен на нефть.

Известно, наличие устойчивого канала экспорта для отечественных производителей понижает уровень их конкуренции на внутреннем рынке, создает возможности эффективной ценовой дискриминации и приводит к повышению цен. И все-таки реализация нефтепродуктов на внутреннем рынке является стратегическим интересом любой НК. Чтобы получить как можно более высокую выручку на внутреннем рынке, российские нефтяные компании активно используют картельное ценообразование, хотя антимонопольному комитету это удалось доказать не более двух раз. Шумная реакция средств массовой информации на рост цен на бензин и предпринимаемые со стороны государства в прошлые годы меры по замораживанию цен – это результат не государственного регулирования, а давления со стороны не самой бедной и достаточно влиятельной части населения [4].

Кроме отрицательного влияния на общественное благополучие в виде совершенной дискриминации по цене, монополист может тратить огромные суммы на рекламу с одновременным улучшением качества продукции, так как обладает лучшими возможностями по совершенствованию выпускаемой продукции. Позитивным импульсом

регионального масштаба в этом направлении является реализация проектов по строительству новых комплексов глубокой переработки нефти и модернизации действующих НПЗ в период до 2010 г., осуществляемые нефтяными компаниями на территории ДФО.

В настоящее время на нефтеперерабатывающих заводах, принадлежащих ОАО НК «Роснефть» и ОАО НК «Альянс» проведена значительная работа по модернизации и реконструкции производства, направленная на увеличение глубины переработки нефти и повышение качества выпускаемых нефтепродуктов до уровня стандартов мирового рынка. Так, инвестиции нефтяных компаний ОАО НК «Роснефть» и ОАО НК «Альянс» за период 2004–2006 гг. составили более 13 млрд. руб. [7] Модернизация производств указанных НПЗ к 2007 г. позволила увеличить глубину переработки сырой нефти до 61 %, хотя в США она достигает 95 %.

Однако, в ближайшие годы вероятность повышения общественного благополучия незначительна, так как решение Правительства о приведении качества нефтепродуктов к европейским стандартам будет являться для НК одним из оправданий дальнейшего увеличения розничных цен. Улучшить ситуацию, по мнению специалистов [4, 5] и авторов, можно уже на законодательном уровне, приняв:

- а) антимонопольные и антикартельные законы, позволяющие «разделять бизнес»;
- б) закон на недвижимость, который ограничит ее концентрацию в руках монополистов и обеспечит конкурентную среду;

в) поправки к гл. 25 Налогового кодекса РФ “Налог на прибыль организаций”, стимулирующие

налоговыми льготами инвестирование средств в модернизацию предприятий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдашева С.Б., Розанова Н.М. Теория организации отраслевых рынков. М.: Магистр, 1998.
2. Ишаев В. И. Топливно-энергетический комплекс Хабаровского края: состояние и стратегия развития. Владивосток; Хабаровск: ДВО РАН, 2005.
3. Инерция капиталов // Экономические стратегии. 2006. № 2 (43).
4. Клинов В.Г. Об экономической стратегии России // Экономические стратегии. 2006. № 1 (43).
5. Наши миллионеры круче западных? // Аргументы и факты. 2008. № 15 (10).
6. Основные направления экономического и социального развития Хабаровского края на период до 2010 года. Хабаровск, 2005.
7. Потапова Н.С., Парамонова Г.П. Формирование сбытовой политики нефтяных компаний Хабаровского края в современных условиях. Моногр. Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2007.

Абржина Л.Л.

ОЦЕНКА ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПРИСАДОК К ТОПЛИВАМ

Масштабность и интенсивное усиление антропогенного воздействия на окружающую среду обуславливают необходимость в современных условиях не только эффективно использовать ограниченные экономические ресурсы, но также учитывать экологические последствия.

Решение актуальной задачи повышения экологической безопасности и эффективности эксплуатации автомобильного транспорта в кратчайшие сроки и с минимальными затратами, что особенно важно в условиях российской экономики, возможно путем введения в моторные топлива присадок, улучшающих их свойства. Наиболее привлекательно применение multifunctional присадок, которые комплексно улучшают свойства топлив [1, 2].

Однако степень использования отечественных присадок крайне мала. Одной из причин является недостаточная методическая проработка вопросов оценки эффективности их использования и отсутствие методики оценки сравнительной эколого-экономической эффективности применения различных присадок к моторным топливам, которая бы позволила руководству нефтеперерабатывающих заводов, а в перспективе – сертифицирующим органам, принимать обоснованные решения о внедрении соответствующих присадок. Более того, отсутствие такой методики допускает возможность ошибочного допуска к внедрению присадок,

которые, положительно влияя на некоторые свойства моторных топлив, ухудшают другие свойства, увеличивают токсичность отработавших газов, либо существенно повышают стоимость топлива.

Таким образом, весьма актуальной является задача разработки научно-методических основ и конкретной методики оценки эколого-экономической эффективности применения присадок к моторным топливам.

Ниже приведены методические принципы оценки эколого-экономической эффективности применения присадок к топливам:

1. Использование принципа соотношения затрат и выгод.
2. Применение интегрального подхода, т. е. эффект от внедрения присадок должен учитывать как положительные результаты, так и отрицательные последствия.
3. Выгоды и затраты должны включать экономическую и экологическую составляющие с учетом установления принципа их паритетности (равнозначности).
4. Возможно возникновение любого из потенциальных последствий применения присадок как положительного, так и отрицательного характера.

Предлагаемая схема оценки эколого-экономической эффективности применения присадок к моторным топливам приведена на рис. 1.

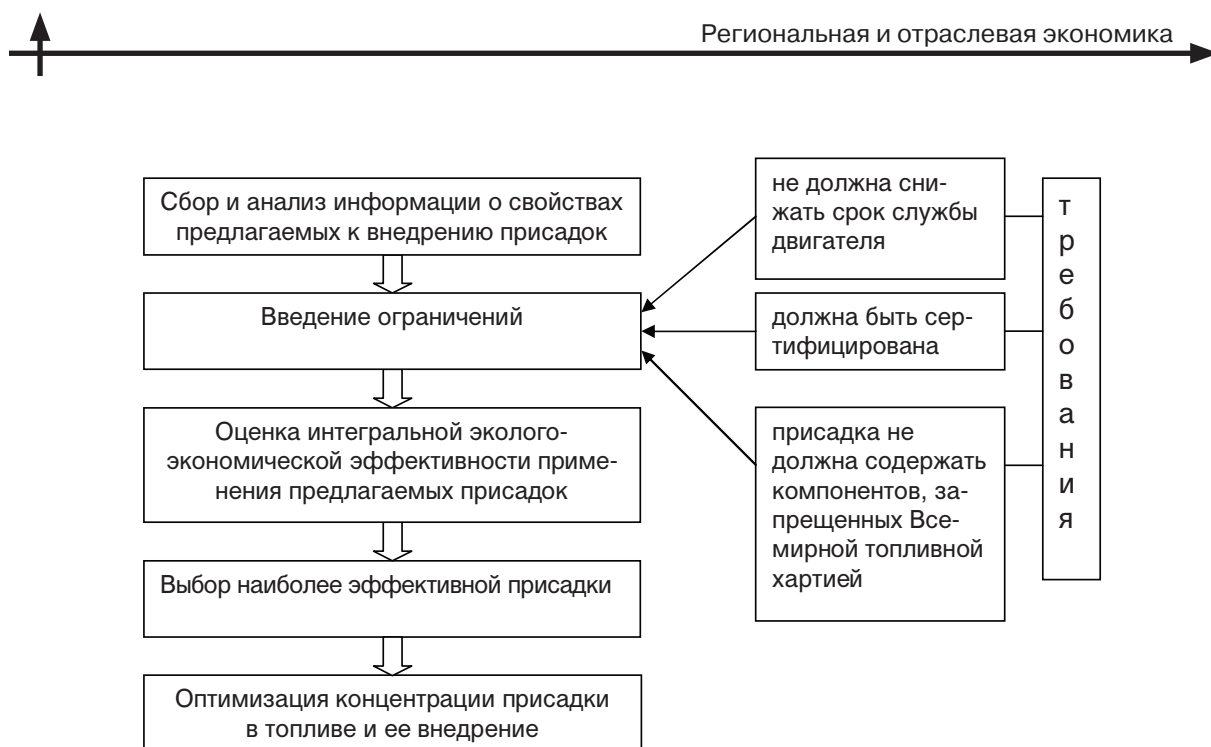


Рис. 1. Схема оценки эколого-экономической эффективности применения присадок к моторным топливам

Проведенные аналитические исследования методологических подходов к оценке экономической и экологической эффективности инженерных решений позволили сформулировать методические основы оценки интегральной эколого-экономической эффективности применения присадок к топливам:

1. Из потенциально возможных отбираются только те варианты присадок, которые удовлетворяют заданным ограничениям.

2. Интегральная эколого-экономическая эффективность (ЭЭЭ) может быть определена как отношение эколого-экономического эффекта инженерного решения (Р) к дополнительным затратам на его осуществление (И): $ЭЭЭ = Р/И$.

3. Величина интегрального эколого-экономического эффекта в общем виде может быть определена как разность между выгодами от реализации инженерного решения В и дополнительными затратами И, которые сопровождают его достижение:

$$P = B - I, \text{ руб.}$$

4. Выгоды от реализации инженерного решения представляют собой всю совокупность выраженных в стоимостной форме положительных результатов как экономического ($B^{\text{эн}}$), так и экологического ($B^{\text{эл}}$) характера:

$$B = B^{\text{эн}} + B^{\text{эл}}, \text{ руб.}$$

5. Дополнительные затраты представляют собой совокупность расхода материально-финансовых ресурсов (экономических издержек $I^{\text{эн}}$) и стоимостной оценки всего комплекса наступающих

в случае внедрения инженерного решения негативных последствий экологического характера ($I^{\text{эл}}$):

$$I = I^{\text{эн}} + I^{\text{эл}}, \text{ руб.}$$

6. Поскольку затраты финансовых ресурсов, инвестируемых на реализацию инженерного решения, и основной получаемый от применения присадок результат относятся к одному временному периоду, то при расчете величины интегрального эколого-экономического эффекта нет необходимости учитывать фактор времени.

7. Так как для внедрения присадок не требуется капитальных вложений, то затраты на реализацию данного инженерного решения будут носить текущий характер.

8. Общая сумма интегрального эколого-экономического эффекта (Р), образующегося в результате проведения инженерного решения, в обобщенном виде может быть рассчитана следующим образом:

$$P = (B^{\text{эн}} + B^{\text{эл}}) - (I^{\text{эн}} + I^{\text{эл}}), \text{ руб.}$$

9. Следовательно, эколого-экономическую эффективность данного инженерного решения можно рассчитать по следующему выражению:

$$ЭЭЭ = \frac{(B^{\text{эн}} + B^{\text{эл}}) - (I^{\text{эн}} + I^{\text{эл}})}{I^{\text{эн}} + I^{\text{эл}}}.$$

Проведенный анализ влияния присадок на качество топлив и на экологические и эксплуатационные характеристики автомобилей позволил определить составляющие эколого-экономического эффекта их применения (рис. 2).

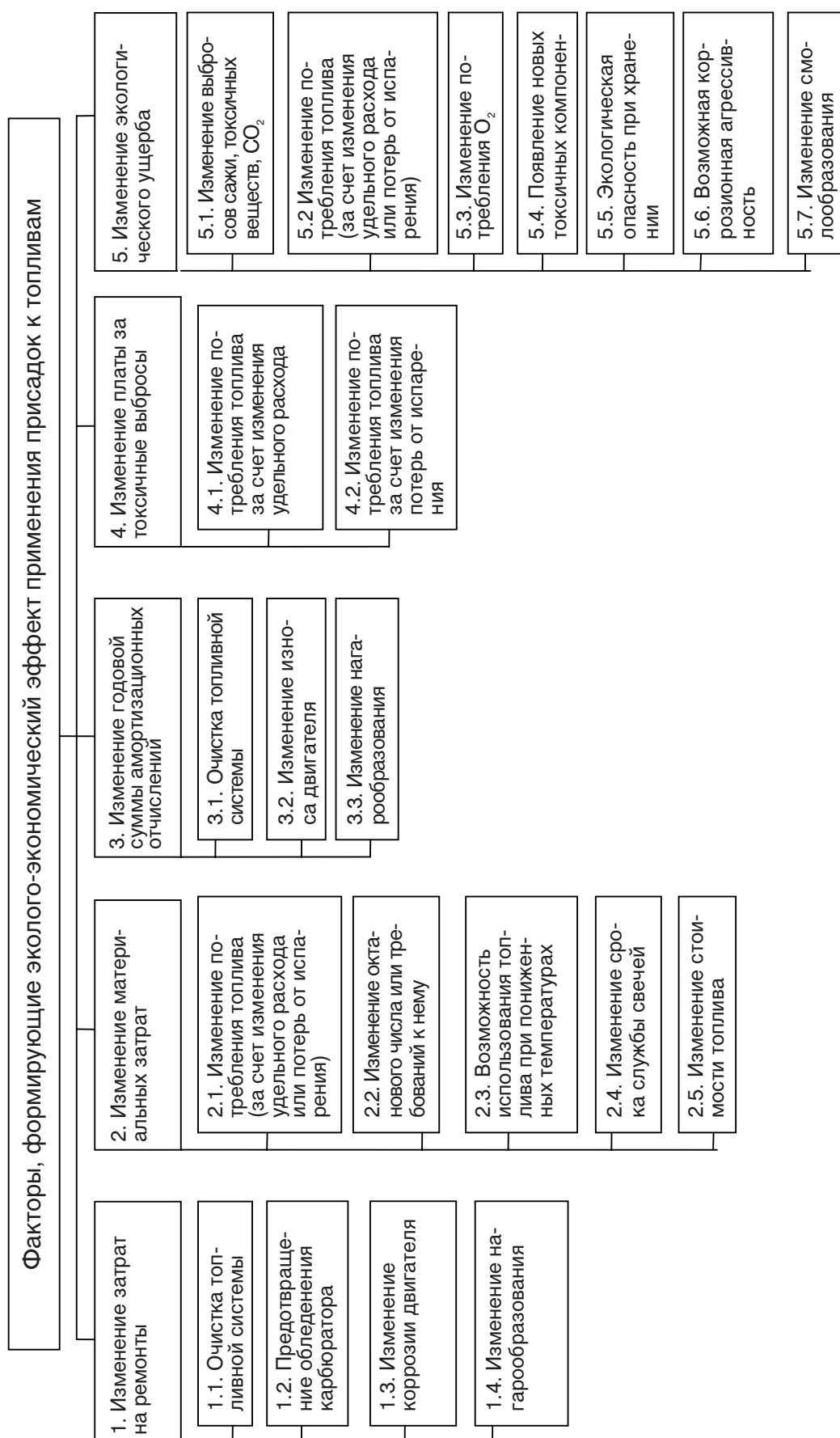


Рис. 2. Факторы, формирующие эколого-экономический эффект применения присадок к топливам

Предлагаемая нами методика оценки эколого-экономической эффективности применения присадок к топливам включает 2 этапа.

1 этап. Оценка интегральной эколого-экономической эффективности применения присадок. Данный этап позволяет принять принципиальное решение о возможности применения данной присадки, либо сделать выбор между альтернативными вариантами.

Предлагаемая методика расчета величины интегральной эколого-экономической эффективности применения присадок к моторным топливам базируется:

- на предложенных выше принципах разработки методики;
- на основах общего методического подхода оценки интегральной эколого-экономической эффективности инженерных решений;
- на системе факторов, формирующих отдельные составные элементы результата и издержек от применения присадок к топливам.

По нашему мнению, при учете негативных последствий экологического характера при эксплуатации автотранспорта необходимо учитывать не только экологический ущерб от выбросов в атмосферный воздух загрязняющих токсичных веществ, но и другие негативные последствия эксплуатации автотранспорта для атмосферного воздуха, а именно – от поступления в атмосферный воздух углекислого газа и от потребления кислорода при сгорании топлива. Под экологическим ущербом от выбросов углекислого газа будет пониматься денежная оценка негативных изменений в окружающей среде в результате поступления в атмосферный воздух углекислого газа в составе промышленных и транспортных выбросов и последствий таких изменений. Под экологическим ущербом от техногенного потребления кислорода мы предлагаем понимать денежную оценку негативных изменений в окружающей среде в результате потребления кислорода в технологических процессах и последствий таких изменений. Предложенные нами формулы для оценки этих составляющих экологического ущерба атмосферному воздуху [3] приведены в таблице, как и расчет других составляющих интегрального эколого-экономического эффекта.

Таким образом, интегральная эколого-экономическая эффективность применения присадок к моторным топливам может быть определена по следующему выражению:

$$\text{ЭЭЭ}^{**} = \frac{[B_1^{\text{ЭН}} + B_2^{\text{ЭН}} + B_3^{\text{ЭН}} + B_4^{\text{ЭН}} (B_6^{\text{ЭН}}) + B_5^{\text{ЭН}} + B_7^{\text{ЭН}} + B_8^{\text{ЭН}} + B_1^{\text{ЭЛ}} + B_2^{\text{ЭЛ}} + B_3^{\text{ЭЛ}}] - [I_1^{\text{ЭН}} - I_2^{\text{ЭН}} - I_3^{\text{ЭН}} - I_4^{\text{ЭН}} - I_1^{\text{ЭЛ}}]}{I_1^{\text{ЭН}} + I_2^{\text{ЭН}} + I_3^{\text{ЭН}} + I_4^{\text{ЭН}} + I_5^{\text{ЭН}} + I_1^{\text{ЭЛ}}}$$

* – составляющая берется в зависимости от вида топлива, для которого применяется оцениваемая присадка.

** – в соответствии с 4 принципом оценки эффективности применения присадок к моторным топливам при расчете эффективности конкретной присадки учитываются только те составляющие эколого-экономического эффекта, которые дает ее применение.

2 этап. Оптимизация содержания присадки в топливе.

Разработанная нами методика определения оптимальной концентрации присадки в моторном топливе позволяет после принятия решения о целесообразности внедрения присадки определить ее наиболее эффективную концентрацию.

Предлагается оптимизировать содержание присадки в топливе по величине доминирующего результата ее применения (как приоритетной составляющей интегрального эколого-экономического эффекта).

Доминирующий результат определяется следующим образом:

$$\gamma_i = \frac{B_i}{P} \rightarrow \max,$$

где B_i – составляющая интегрального эколого-экономического эффекта, руб.; P – интегральный эколого-экономический эффект, руб.

Из проведенного анализа влияния известных присадок на свойства моторных топлив, определяющих эксплуатационные и экологические характеристики автомобилей, физико-химических свойств присадок, следует, что возможны 2 типа математической зависимости эффективности присадки по влиянию на свойства топлив от ее концентрации (рис.4).

Необходимо экспериментально исследовать влияние присадки на доминирующий результат и с помощью математико-статистических методов определить тип зависимости.

Где x – концентрация присадки, мг/кг; y – эффективность присадки по влиянию на доминирующий результат, %:

$$y = \frac{y_0 - y_1}{y_0},$$

y_0 и y_1 – фактор, формирующий эколого-экономический эффект до и после применения присадки, руб.

Таблица

Расчет составляющих годового интегрального эколого-экономического эффекта

1	Выгоды		Дополнительные затраты		Обозначения
	2	3	4	5	
Экономические результаты	Выгода, образующаяся от снижения затрат на ремонты	$B_1^{эн} = n \cdot \Pi_p$, руб./год	Дополнительные затраты на ремонты	$I_1^{эн} = n \cdot \Pi_p$, руб./год	n – изменение количества ремонтов, ремонтов/год; Π_p – стоимость одного ремонта, руб./рем.
	Выгода от сокращения затрат на приобретение топлива за счет снижения потерь от испарения	$B_2^{эн} = \Delta Q_{исп} \cdot \Pi_t$, руб./год			$\Delta Q_{исп}$ – экономия потерь топлива от испарения, т/год; Π_t – стоимость моторного топлива, руб./т.
	Выгода от снижения потребления топлива за счет снижения удельного расхода топлива	$B_3^{эн} = \Delta Q_t \cdot \Pi_t$, руб./год	Дополнительные затраты на приобретение топлива	$I_2^{эн} = \Delta Q_t \cdot \Pi_t$, руб./год	ΔQ_t – изменение годового расхода топлива, т/год; Π_t – стоимость моторного топлива, руб./т.
	Выгода от использования более дешевого высокооктанового бензина	$B_4^{эн} = Q_t \cdot \Delta \Pi_p$, руб./год			Q_t – годовой объем потребления бензина, т/год; $\Delta \Pi_p$ – разница цен реализации высокооктанового и низкооктанового бензинов, руб./т.
			Дополнительные затраты на приобретение присадок	$I_3^{эн} = Q_t \cdot \Pi_{пр}$, руб./год	$Q_{пр}$ – удельный расход применяемой присадки, г/т топлива; $\Pi_{пр}$ – стоимость присадок, руб./г.
	Выгода, получаемая от снижения потребности в свечах	$B_5^{эн} = \Delta Q_{св} \cdot \Pi_{св}$, руб./год	Дополнительные затраты на приобретение свечей	$I_4^{эн} = \Delta Q_{св} \cdot \Pi_{св}$, руб./год	$\Delta Q_{св}$ – изменение потребности в свечах, шт./год; $\Pi_{св}$ – стоимость одной автомобильной свечи, руб./шт.
	Выгода от возможности использовать летнее дизельное топливо при пониженных температурах	$B_6^{эн} = Q_{зрк} \cdot \Delta \Pi_t$, руб./год			$Q_{зрк}$ – годовой объем потребляемых зимних сортов дизельного топлива, т/год; $\Delta \Pi_t$ – разница цен реализации зимних и летних сортов дизельного топлива, руб./т.

Окончание табл.

1	Выгоды		Дополнительные затраты		Обозначения	
	2	3	4	5	6	6
Экономические результаты	Выгода от сокращения износа двигателя (в случае официального увеличения срока службы двигателя заводом-изготовителем)	$B_7^{\text{эл}} = \Delta A_r, \text{ руб./год,}$ $\Delta A_r = \left(\frac{1}{T_0} - \frac{1}{T_1} \right) \cdot \Pi_{\text{дв}}$				ΔA_r – сокращение износа двигателя (сокращение годовой суммы амортизационных отчислений), руб./год; T_0 и T_1 – гарантийный срок службы двигателя без применения присадки и с применением присадки к топливу, лет. $\Pi_{\text{дв}}$ – стоимость двигателя автомобиля, руб.
	Выгода от сокращения платы за выбросы	$B_8^{\text{эл}} = \Pi_0 - \Pi_1, \text{ руб./год}$	Дополнительные затраты от повышения платы за выбросы	$I_5^{\text{эл}} = \Pi_1 - \Pi_0, \text{ руб./год}$		Π_0 и Π_1 – годовая плата за потребленное топливо без присадок и с применением присадок, руб./г.
Экологические результаты	Сокращение экологического ущерба от снижения выбросов токсичных веществ	$B_1^{\text{эл}} = y_{\text{уд}} \cdot \sum_{i=1}^N \Delta m_i \cdot K_i \cdot K_3, \text{ руб./год}$	Повышение экологического ущерба от увеличения выбросов токсичных веществ	$I_1^{\text{эл}} = y_{\text{уд}} \cdot \sum_{i=1}^N \Delta m_i \cdot K_i \cdot K_3, \text{ руб./год}$		$y_{\text{уд}}$ – показатель удельного ущерба атмосферному воздуху, руб./усл. т; Δm_i – изменение фактической массы i-го загрязняющего вещества в течение отчетного периода, т/год; K_i – коэффициент относительной эколого-экономической опасности i-го загрязняющего вещества; K_3 – коэффициент экологической ситуации и экологической значимости состояния атмосферного воздуха для региона.
	Сокращение экологического ущерба в результате снижения потребления кислорода	$B_2^{\text{эл}} = 23,44 \Delta Q_r, \text{ руб./год}$				ΔQ_r – годовое уменьшение расхода топлива, т/год.
	Сокращение экологического ущерба в результате снижения выбросов CO ₂	$B_3^{\text{эл}} = y_{\text{CO}_2} \cdot 3,18 \cdot \Delta Q_r$				y_{CO_2} – удельный экологический ущерб от поступления в атмосферный воздух одной тонны углекислого газа, руб./т.

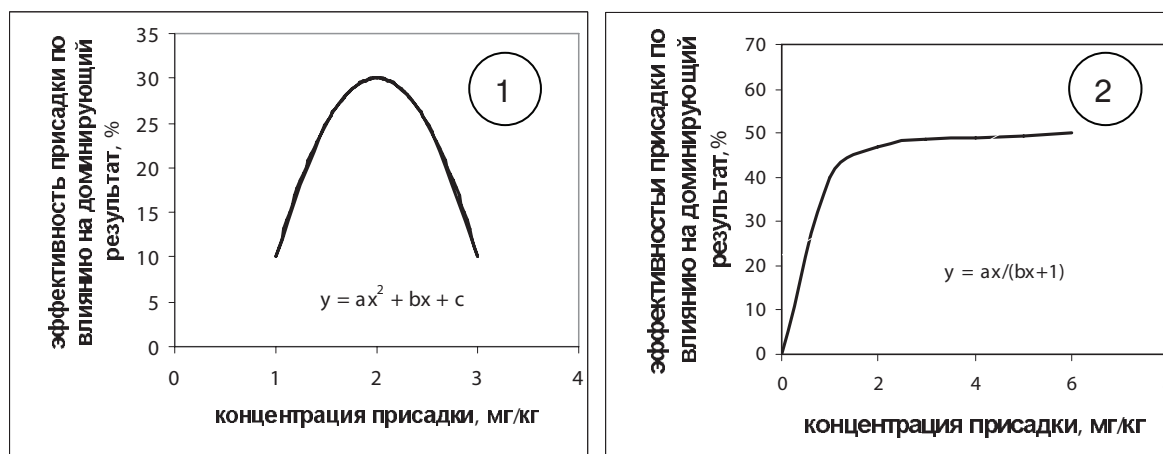


Рис. 3. Типы математических зависимостей

Для 1-го типа корреляционной зависимости оптимальная концентрация находится путем приравнивания к нулю первой производной: $x = -b/2a$; для второго – как минимальное значение, при котором эффективность стремится к насыщению: $x_{\min}$, при $y \rightarrow a/b$.

Разработанный нами подход апробирован при оптимизации концентрации присадки “КМ” в топливах. При оптимизации содержания в топливах присадки “КМ” установлено, что доминирующим результатом применения является снижение экологического ущерба от выбросов загрязняющих веществ. В результате проведенного регрессионного анализа были получены аналитические зависимос-

ти изменения эффективности присадки “КМ” по снижению экологического ущерба, наносимого атмосферному воздуху выбросами загрязняющих веществ, от ее концентрации и определены ее концентрации в бензинах и дизельных топливах, при которых эффективность максимальна.

Разработанный методический подход к определению наиболее эффективной концентрации присадки в топливе по установлению корреляционной зависимости с величиной доминирующего результата ее применения, позволяет повысить объективность принятия решений по оптимизации содержания присадок в моторном топливе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Магарил Е.Р. Эксплуатационные и экологические свойства топлив для автомобильных двигателей. Пути улучшения. / Е.Р. Магарил. Екатеринбург: Урал-НАУКА, 1999. 176 с.

2. Абржина Л.Л. Обоснование наиболее экономичного и быстро осуществимого пути улучшения экологических и эксплуатационных характеристик автопарка / Л.Л. Абржина, Е.Р. Магарил // Вестник

УГТУ-УПИ. Серия “Экономика и управление”. № 2(85), 2007, с. 68–74.

3. Абржина Л.Л. Методологический подход к оценке экологического ущерба при эксплуатации автомобильного транспорта/ Л.Л. Абржина, Е.Р. Магарил // Система управления экологической безопасностью: сб. науч. тр. / Уральский гос. тех. ун-т, фак. экономики и управления. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2007, с. 12–15.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ АДАПТАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА К ИЗМЕНЕНИЯМ СПРОСА

“Рынок покупателя” как новое состояние экономической среды потребовал новых подходов к управлению экономическими системами, прежде всего в сфере материального производства. В приложении к производственным системам (ПС) в промышленности разработан и активно внедряется подход “бережливое производство и бережливые цепи поставок» (**Lean Production & Lean Supply Chains**), **который развивает идею интегрированного управления по всем областям их операционной деятельности и обеспечения на этой основе адаптивности предложения к колебаниям спроса.**

Однако анализ результатов исследований по организационно-экономическим проблемам «бережливых производств» за рубежом и в нашей стране показал, что в основном они посвящены сбережению ресурсов, при этом остаются без должного внимания проблемы обеспечения ПС свойства адаптивности (организационно-управленческий аспект) во взаимосвязи с проблемами экономической эффективности (экономический аспект). Учитывая чрезвычайную актуальность этих проблем для практики организации промышленного производства и недостаточную степень их научной разработанности на сегодняшний день, представляется целесообразным продолжение исследований в данном направлении.

Постановка задачи адаптации как задачи управления.

Как известно, *адаптация* – это процесс приспособления структуры и функций систем к изменяющимся условиям среды с целью выживания. *Адаптивность* – это свойство систем, проявляющееся в их способности к адаптации. Искусственные системы, которые наделены свойством адаптивности, принято называть *адаптивными системами*.

Задача: *обеспечить перевод ПС из текущего состояния в требуемое, наиболее точно соответствующее условиям внешней среды.*

С системных позиций *адаптация* производства может быть определена как процесс приведения в

соответствие фактического состояния потенциала ПС в требуемое – с минимумом затрат времени и ресурсов; *требуемое состояние* S^T потенциала ПС определяется трансляцией внешних требований к поставкам (спроса) D , $S^T = \gamma_1 D$; *фактическое состояние* S^Φ потенциала ПС – реальной обеспеченности ресурсами с учетом эффективности их использования $B^И$, $S^\Phi = \gamma_2 B^И$, где γ_1, γ_2 – коэффициенты рассогласования (потерь) при трансляции.

Исходя из этого определения для оценки степени адаптивности системы и ее состояний можно использовать *показатель адаптивности* r_A , характеризующий степень соответствия фактического состояния потенциала требуемому:

$$r_A = S^\Phi / S^T.$$

Тогда содержание процедур управления адаптацией ПС может быть представлено следующей последовательностью: 0 – непрерывное сканирование состояния среды с целью выявления изменений во внешних требованиях к поставкам ПС, когда $D \neq \text{const}$, и требуется запуск механизма адаптации ПС; 1 – трансляция внешних требований к поставкам D во внутренние к потенциалу S^T ; 2 – трансляция реальной обеспеченности ресурсами с учетом эффективности их использования $B^И$ в состояние потенциала S^Φ ; 3 – проверка соответствия $S^\Phi = S^T$, если “да” – переход к 0, если “нет” – к 4; 4 – приведение фактического состояния потенциала S^Φ в соответствие с требуемым S^T .

При этом необходимо учитывать, что соответствие поставки ПС – поставщика внешним требованиям должно быть обеспечено по “7R” *логистического микса* (Right – верный, точно соответствующий), откуда следует:

$$r_A = \{r_{A1}, r_{A2}, r_{A3}, r_{A4}, r_{A5}, r_{A6}, r_{A7}\},$$

где $r_{A1}, r_{A2}, r_{A3}, r_{A4}, r_{A5}, r_{A6}, r_{A7}$ – подмножества *показателей адаптивности по признакам соответствия* **продукта (product), количества (quantity), состояния (condition), места (place), времени (time), потребителя (customer), затрат (cost) поставки.**

Пример 1. Какой из вариантов предложения А, В, С или D обеспечивает наиболее полное соответствие спросу, если спрос характеризуется

условиями поставки со значением показателей ассортимента 8, объема – 4, качества – 10, месту – 9, срокам – 5, получателю – 3; затратам – 6, то есть (8; 4; 10; 9; 5; 3; 6): вариант А (3; 4; 9; 9; 5; 1; 7); вариант В (8; 7; 7; 9; 6; 2; 5); вариант С (8; 4; 10; 9; 5; 3; 6); вариант D (8; 4; 9; 5; 7; 2; 6)? Ответ: вариант С (8; 4; 10; 9; 5; 3; 6).

Кроме того, степень соответствия фактического состояния потенциала требуемому должна оцениваться и обеспечиваться отдельно с точки зрения *долгосрочного, среднесрочного и краткосрочного* периодов.

Адаптивная настройка потенциала и набор настроек

Представим потенциал ПС как набор фактически возможных S^Φ и требуемых S^T по возможным условиям среды состояний, или «настроек»:

$$S^\Phi = \sum_{j=1}^J S_j^\Phi, \quad S^T = \sum_{j=1}^J S_j^T,$$

где S_j^Φ, S_j^T – соответственно фактически возможное и требуемое по возможным условиям среды состояние потенциала (настройка) по j -й поставке, $j = \overline{1, J}$; J – общее количество возможных состояний потенциала (настроек) по поставкам.

Такой набор настроек в количестве J существует в течение периода $[0, T_p]$ от момента 0 создания (или обновления) ПС до момента T_p очередного обновления (или ликвидации) ПС. Однако в любой момент времени t на этом периоде не весь набор возможных настроек из числа J может оказаться востребованным, а лишь их часть в количестве $J(t)$, где $J(t) < J$, оставшаяся часть настроек в количестве $[J - J(t)]$ может находиться в резерве:

$$S^\Phi(t) = \sum_{j=1}^{J(t)} S_j^\Phi(t), \quad S^T(t) = \sum_{j=1}^{J(t)} S_j^T(t),$$

$$J(t) \leq J, \quad t \in [0, T_p],$$

где $S^\Phi(t), S^T(t)$ – совокупности настроек из соответственно наборов S^Φ и S^T , востребованных в текущий момент t ; $S_j^\Phi(t), S_j^T(t)$ – настройки из соответственно совокупностей $S^\Phi(t)$ и $S^T(t)$, востребованные в текущий момент t .

Можно определить $r_A(t)$ и $r_{Aj}(t)$:

$$r_A(t) = S^\Phi(t) / S^T(t), \quad r_{Aj}(t) = S_j^\Phi(t) / S_j^T(t).$$

Для целей управления адаптацией ПС наибольший интерес представляют r_A и $r_{Aj}(t)$.

Задача адаптации может быть сформулирована следующим образом: в момент 0 – обеспечить соответствие фактического набора настроек потенциала S^Φ требуемому S^T на период $[0, T_p]$, т. е.

обеспечить $S^\Phi = S^T$; в момент t – обеспечить соответствие фактической настройки потенциала S_j^Φ

(t) и/или совокупности настроек $S^\Phi(t)$ (из набора S^Φ) требуемым в текущий момент t настройке S_j^T

(t) и/или совокупности настроек $S^T(t)$ (из набора S^T), т. е. обеспечить $S_j^\Phi(t) = S_j^T(t)$ и/или $S^\Phi(t) = S^T(t), t \in [0, T_p]$.

Циклическая и текущая адаптация.

Используем показатель $r_A(t)$ в текущий момент времени $t, t \in [0, T_p]$, для анализа динамики изменения состояния потенциала ПС на временном интервале $[0, T_p]$. При создании (реконструкции) ПС ей обеспечен фактический потенциал S^Φ , постоянный на интервале $[0, T_p]$, т. е. $S^\Phi(t) = \text{const}, t \in [0, T_p]$. На том же временном интервале $[0, T_p]$ требуемый потенциал, определяемый изменениями во внешней среде $D(t) \neq \text{const}$, изменяет свое значение по некоторому закону, т. е. $S^T(t) \neq \text{const}$. Возможны следующие ситуации: а) если $S^T(t) < S^\Phi$, то $r_A(t) > 1$, т. е. состояние потенциала ПС – избыточное, или гибкое; $J(t) < J$; б) если $S^T(t) = S^\Phi$, то $r_A(t) = 1$, т. е. состояние потенциала ПС – точно соответствующее требуемому, или адаптивное; $J(t) = J$; в) если $S^T(t) > S^\Phi$, то $r_A(t) < 1$, т. е. состояние потенциала ПС – дефицитное, или жесткое; $J(t) > J$.

Жесткое состояние потенциала ПС характеризуется тем, что ПС не в состоянии обеспечить полное выполнение внешних требований по текущим поставкам $D(t)$, т. к. имеет недостаточный потенциал (ограниченность возможностей), не соответствующий текущим потребностям. Гибкое состояние ПС характеризуется тем, что ПС не в состоянии обеспечить минимизацию затрат на полное выполнение внешних требований по текущим поставкам $D(t)$, т. к. имеет избыточный потенциал (избыточность возможностей), не соответствующий текущим потребностям. Адаптивное состояние ПС характеризуется тем, что ПС в состоянии обеспечить полное выполнение внешних требований по текущим поставкам $D(t)$ и минимизацию затрат на это, т. к. имеет потенциал, точно соответствующий текущим потребностям.

Учитывая общие тенденции непрерывного роста внешних требований к поставкам ПС, с одной стороны, и циклический характер обновления потенциала ПС, с другой, можно сделать заключение, что последовательность сменяющих друг друга фаз – гибкости, адаптивности и жесткости – составляет жизненный цикл потенциала ПС. В связи с этим актуальной становится проблема поддержания целевого с точки зрения управления



адаптацией состояния потенциала ПС – гибкого и/или адаптивного.

Решение проблемы заключается в определении момента времени T_p , в который осуществляется переход ПС из области допустимых (гибкого и адаптивного) состояний в нежелательное (жесткое) состояние, резко снижающее эффективность функционирования ПС; к сроку T_p с опережением, равным *периоду адаптации*, должны быть проведены *мероприятия адаптации*, направленные на восполнение и обновление потенциала ПС для придания ему вновь гибкого состояния, но уже относительно обновившейся внешней потребности. Очевидно, продолжительность периода $[0, T_p]$ между моментами осуществления подобных мероприятий адаптации (“*межадаптационный цикл*”) зависит от масштабов мероприятий и эффективности их проведения в момент 0, т. е. от размера запаса настроек потенциала ПС, вошедших в набор настроек для их последующего использования в течение предстоящего межадаптационного цикла $[0, T_p]$.

Назовем *текущей адаптацией* такой вид адаптации ПС, который заключается в настройке потенциала ПС на текущую внешнюю потребность в момент времени t , т. е. обеспечения $r_A(t) = 1$. Текущая адаптация ПС может осуществляться путем выбора из имеющегося набора или текущего конструирования настройки, наиболее точно соответствующей требуемой условиями среды. Примером текущей адаптации может служить текущее управление производством или цепью поставок предприятия.

Назовем *циклической адаптацией* такой вид адаптации ПС, который заключается в формировании набора настроек потенциала ПС для ожидаемого в перспективе изменения внешней потребности на интервале времени $[0, T_p]$, т. е. обеспечения $r_A \geq 1$. Циклическая адаптация осуществляется циклически по мере исчерпания имеющегося набора настроек или типовых элементов (модулей) для их текущего конструирования. Примером циклической адаптации может служить изменение профиля (специализации) и производственной мощности ПС путем реконструкции и технического перевооружения производства. При этом текущая адаптивность в любой момент $t, t \in [0, T_p]$, т. е. $r_A(t) = 1$, может обеспечиваться разными путями: 1 – за счет универсальности потенциала ПС, когда $S^\Phi(t) = S^T(t)$ обеспечивается без осуществления переналадки, т. е. $S^\Phi(t) = \text{const}$ при $S^T(t) \neq \text{const}$, при этом имеет место избыточность каждой настройки $S_j^\Phi(t) > S_j^T(t)$, т. е. $r_{Aj}(t) > 1$; 2 – за счет переналаживаемости потенциала ПС,

когда $S^\Phi(t) = S^T(t)$ обеспечивается путем смены настроек, т. е. $S^\Phi(t) \neq \text{const}$ при $S^T(t) \neq \text{const}$, при этом достигается точность каждой настройки $S_j^\Phi(t) = S_j^T(t)$, т. е. $r_{Aj}(t) = 1$.

В условиях изменчивости внешней среды целесообразно применять гибкие ПС с $r_A \geq 1$ на интервале $[0, T_p]$, способные к текущей адаптации $r_A(t) = 1$ в любой момент $t, t \in [0, T_p]$, за счет переналаживаемости потенциала во времени и одновременного обеспечения точности каждой настройки $r_{Aj}(t) = 1$. Отсюда следует, что *цель циклической адаптации* должна заключаться в обеспечении резерва гибкости потенциала ПС на предстоящий межадаптационный цикл, за счет которой в течение межадаптационного цикла может быть реализовано множество адаптивных состояний, достижение которых является *целью текущей адаптации ПС*.

Взаимосвязь системных свойств адаптивности и гибкости.

Частота проведения мероприятий циклической адаптации (за жизненный цикл ПС) тем меньше, а длительность межадаптационного цикла тем больше, чем больший резерв гибкости придается потенциалу ПС при циклической адаптации. По признаку гибкости принято подразделять ПС на “гибкие” и “жесткие”, при этом и те, и другие могут быть адаптивными. Очевидно, текущая адаптивность при $r_A(t) = 1$ может быть обеспечена в “жестких” ПС путем изначальной в момент 0 точности настройки их потенциала $S^\Phi(0) = S^T(0)$ и может сохраняться при условии $S^T(t) = \text{const}, t \in [0, T_p]$. В таких условиях, характеризующихся стабильностью внешней среды $D(t) = \text{const}$ на интервале $[0, T_p]$, экономически целесообразно иметь $r_A = 1$ на всем интервале. Гибкие ПС, применяемые в условиях изменчивости внешней среды $D(t) \neq \text{const}$ на интервале $[0, T_p]$, имеют избыточный потенциал $S^\Phi(t) > S^T(t)$, являются гибкими на всем интервале, т. е. $r_A(t) > 1$. При этом гибкость ПС может обеспечиваться либо универсальностью, $r_{Aj}(t) > 1$, либо переналаживаемостью, $r_{Aj}(t) = 1$, ее потенциала.

На этой теоретической базе может быть обоснована взаимосвязь организационно-экономических категорий гибкости и адаптивности производства, а также соответствующих показателей их количественной оценки. Если текущая адаптация (с точки зрения теории организации) заключается в выборе из имеющегося набора требуемой наладки потенциала, наиболее точно соответствующей текущему спросу, то цикличес-

кая адаптация заключается в формировании такого набора на перспективу исходя из прогноза спроса. Именно как способность к смене адаптивных настроек (с минимумом затрат времени и ресурсов) может быть определена *гибкость* ПС; в процессе циклической адаптации (в момент 0) осуществляется формирование исходного запаса гибкости $G_0 = G(0)$ как набора из J настроек, необходимого и достаточного (в течение межадаптационного цикла $T_{\text{ма}}$) для осуществления j -й точной настройки S_j потенциала ПС на изменяющийся спрос в процессе текущей адаптации:

$$G_0 = \sum_{j=1}^J S_j, \quad j = \overline{1, J}, \quad S_j = S_j^{\Phi} = S_j^T.$$

Гибкое состояние потенциала ПС характеризуется его избыточностью относительно текущей потребности, т. е. наличием текущего запаса (резерва) ΔG возможностей ПС, предназначенного к использованию в будущих периодах для удовлетворения внешних требований к поставкам на тот момент:

$$\Delta G(t) = G_0 - \sum_{j=1}^{J(t)} S_j(t).$$

Гибкость потенциала ПС как системный резерв адаптации требует периодического восполнения в моменты, когда резерв гибкости полностью истощен, т.е. его остаток $\Delta G = 0$, и потенциал ПС переходит в жесткую фазу своего жизненного цикла; эти моменты должны служить границей смежных межадаптационных циклов. Гибкость потенциала ПС определяет минимально необходимый размер резерва всех видов ресурсов (и возможностей) ПС для удовлетворения с минимальными затратами внешних требований к поставкам с характеристиками, изменяемыми в определенном диапазоне значений.

Диапазон изменения значений характеристик потенциала S^T и S^{Φ} , требуемый для удовлетворения внешних требований к поставкам с характеристиками, изменяемыми в заданном диапазоне значений, характеризуется показателями G^T и G^{Φ} :

$$G^T = S^T(T_p) - S^T(0), \quad G^{\Phi} = S^{\Phi}(T_p) - S^{\Phi}(0),$$

где $S^T(0)$, $S^T(T_p)$ – размер требуемого потенциала ПС соответственно в моменты 0 и T_p ; $S^{\Phi}(0)$, $S^{\Phi}(T_p)$ – размер фактического потенциала ПС соответственно в моменты 0 и T_p .

Здесь учитывается устойчивая тенденция расширения диапазона изменения значений характеристик поставок и потенциала $G^T(t)$, $G^{\Phi}(t)$ со временем в периоде $[0, T_p]$; также увеличивается

$J(t)$ и сокращается $\Delta G(t)$ по мере продвижения t от 0 к T_p .

Степень соответствия фактического набора адаптивных настроек требуемому характеризуют показатели $r_{\text{АГ}}$ и $r_{\text{АГ}}(t)$:

$$r_{\text{АГ}} = G^{\Phi} / G^T, \quad r_{\text{АГ}}(t) = G^{\Phi}(t) / G^T(t).$$

Пример 2. Способность производства в любой момент времени осуществлять выпуск продукции в точном соответствии с текущим состоянием спроса – это проявление адаптивности или гибкости? Ответ: адаптивности.

Пример 3. Способность производства переходить на выпуск продукции иного наименования в пределах освоенной номенклатуры или при освоении новой – это проявление адаптивности или гибкости? Ответ: гибкости.

Пример 4. Какая из систем предложения наиболее гибкая, если потребитель 1 имеет запросы А, В, С, потребитель 2 – запросы С, D, E, F, потребитель 3 – А, В, F, G, H: а) способная удовлетворять запросы А, В, С, D, E, F, G, H; б) способная удовлетворять запросы А, В, С, F, G, H; в) способная удовлетворять запросы А, В, С, D, E, F, G, H, X, Y, Z; г) способная удовлетворять запросы А, В, С, D. Ответ: в).

Пример 5. Какая из систем предложения наиболее адаптивная, если к тем же потребителям добавляется потребитель 4 с запросами А, X, Y, Z, и им предлагается: а) 1: А, В, F, G, H; 2: А, В, F, G, H; 3: А, В, F, G, H; 4: А, В, F, G, H; б) 1: А, В, С; 2: С, F; 3: А, В, F, G, H; 4: X, Y, Z; в) 1: А, В; 2: F; 3: А, В, F, G, H; 4: А, В, Z; г) 1: А, В, С; 2: С, D, E, F; 3: А, В, F, G, H; 4: А, X, Y, Z. Ответ: г).

Концептуальная модель адаптивного производства.

На основе анализа кибернетических моделей производства и принципов построения адаптивных систем в технике и экономике может быть теоретически обоснован механизм реализации в ПС свойства адаптивности путем построения их как *адаптивных систем управления*, с одной стороны, и *адаптивных систем производства*, с другой. В общем виде система управления адаптивной ПС должна строиться как система автоматического регулирования с обратной связью, включающая адаптирующую подсистему – *адаптор*; адаптор должен выполнять функции *внутренней* адаптации, регулируя систему управления, и *внешней* адаптации, регулируя объект управления. Объект управления должен обладать высокой управляемостью/самоуправляемостью (для эффективной отработки адаптирующих воздействий со стороны системы управления и снижения ее загрузки) и



низкой чувствительностью к внешним возмущениям (для сохранения в заданных пределах устойчивости процесса функционирования без проведения адаптации), степень которых требует экономического обоснования.

С кибернетических позиций содержание процесса адаптации ПС определяется как последовательность процедур идентификации, принятия решений и модифицирования. Исходной является процедура *идентификации* по внутреннему классификатору текущего или прогнозируемого состояния среды, транслированного в требования к потенциалу ПС, и фактического состояния ПС с учетом обеспеченности ресурсами и эффективности их использования. Процедура *принятия решений* заключается в проверке текущего или прогнозируемого состояния ПС на устойчивость при текущих или прогнозируемых значениях внешних возмущений; в случае обнаружения потребности в адаптации осуществляется выбор из набора мероприятий реализации, наиболее точно соответствующих данной потребности; при реализации процедуры в качестве обобщающего критерия целесообразно использовать показатель *ценности адаптации*, основным свойством которого является невозрастание с течением времени запаздывания, а также возможность учета динамики потребительских оценок результатов и затрат адаптации. Процедура *модифицирования* предполагает организационно-плановую и материальную подготовку мероприятий адаптации, их внедрение и контроль эффективности.

При этом в терминах теории автоматического регулирования выделяются три основных способа адаптации ПС - *сигнальная, структурная и параметрическая*, заключающиеся в настройке соответственно входного сигнала (потока заявок на поставку), структуры и параметров процесса

функционирования ПС при текущей адаптации, и в формировании соответствующих наборов настроек при циклической адаптации. Средства адаптации представляются комплексом организационно-технических мероприятий и управленческих решений, направленных на *обеспечение и использование гибкости* потенциала ПС.

Организационная концепция обеспечения адаптивности ПС предполагает: 1 – придание ПС запаса гибкости путем построения их на гибкой элементной базе (средства производства, персонал) с гибкой пространственно-временной организацией взаимосвязей (взаимодействия) элементов в соответствии с прогнозами спроса на перспективу; 2 – использование запаса гибкости ПС путем текущей реорганизации рабочих процессов и структур, планирования и регулирования хода работ в соответствии с текущими изменениями спроса. *Первая фаза* реализуется посредством формирования стратегий в рамках стратегического управления предприятием и проектной разработки циклических мероприятий в рамках организационного проектирования. *Вторая фаза* реализуется посредством текущего реагирования на изменения спроса в рамках текущего управления предприятием, используя средства сигнальной, структурной и параметрической адаптации. Если первая фаза представляет собой решение комплекса задач, связанных с эффективным *устройством* механизма под названием “производство”, то вторая фаза предполагает обеспечение эффективного *функционирования* механизма “производство”.

Изложенные организационные основы адаптации производства к изменениям спроса служат базой для систематизации, обоснования выбора, разработки моделей и методов управления производством, ориентированным на спрос.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Градов А.П.** Технический уровень производства машиностроительных предприятий: экономический анализ. Л.: Машиностроение, 1984. 173 с.
2. **Глухов В.В.** Менеджмент: Учебник для вузов. 3-е изд. СПб.: Питер, 2006. 608 с.: ил. (Серия «Учебник для вузов»).
3. **Козловский В.А.** Организационные и экономические вопросы построения производственных систем. Л.: Изд-во ЛГУ, 1981. 214 с.
4. **Кобзев В.В., Кривченко А.С.** Методы и модели управления сетью поставок промышленных предприятий. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2005. 200 с.
5. **Митрофанов С.П.** Групповая технология машиностроительного производства: В 2-х томах. Л.: Машиностроение, 1983. 786 с.
6. **Петров В.А., Масленников А.Н.** Программно-целевая организация производства и оперативного управления. Л.: Лениздат, 1984. 176 с.
7. **Производственный менеджмент: Учебник/ Под ред. проф. В.А. Козловского.** М.: ИНФРА-М, 2003. 574 с. (Серия “Высшее образование”).

8. **Сатановский Р.Л.** Адаптация производства и продукции в машиностроении. Л.: Машиностроение, 1981. 167 с.

9. **Сергеев В.И.** Логистика в бизнесе: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2001. 608 с.

10. **Скурихин В.И., Забродский В.А.** Адаптивные системы управления машиностроительным производством. М.: Машиностроение,

1989. 208 с.

11. **Соколицын С.А., Дуболазов В.А., Домченко Ю.Н.** Многоуровневая система оперативного управления ГПС в машиностроении. Л.: Политехника, 1991. 208 с.

12. **Экономическая стратегия фирмы** / Под ред. А.П. Градова, 4-е изд. СПб.: Специальная Литература, 2003. 990 с.

Лопатин М.В., Потемкин В.К.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Исследователи производственных систем в рыночной экономике, как правило, обращают внимание на экономические вопросы деятельности предприятий, состояние внешней среды, прямо и косвенно воздействующая на процесс производства, персонал предприятий и формирующиеся социально-трудовые отношения. Руководители предприятий остаются наименее изученными, хотя от их профессиональных компетенций, общественной позиции и экономического мышления, во многом, зависит эффективность работы всех без исключения структурных единиц. Подобное понимание предполагает исследование позиции современных руководителей предприятий в решении экономических, организационных и социальных вопросов [1]. Экономическую составляющую исследования мы рассматриваем через призму экономической психологии руководителей предприятий.

В процессе социологического опроса руководителей предприятий Санкт-Петербурга выявлено, что большинство опрошенных руководителей (91,38 %) имеет высшее образование того или иного профиля и только 10 человек (причем представители разных возрастных групп) – 8,62 % – получили лишь среднее образование. Это, безусловно, можно отнести к числу позитивных признаков бизнес-руководителей. При этом половина респондентов (44,83 %) указала на наличие у них высшего технического образования, что, вероятно является следствием нескольких причин. Во-первых, это достаточно традиционный для российской экономики источник пополнения директорского корпуса, во-вторых, это снижение общей потребности в специалистах технического профиля, в-третьих, связанная с этим необходимость поиска работы, в-четвертых, наличие

определенных знаний и навыков, позволяющих заниматься бизнесом (что, в свою очередь, положительно характеризует уровень, качество и широту полученного ими образования) и наличие реальной возможности применения своих знаний в области малого и среднего бизнеса, и, наконец, в-пятых, наличие высокого потенциала и даже смелости для кардинального изменения профиля деятельности. Каждый пятый руководитель (18,10 %) указал, что он обладает высшим экономическим образованием. Это вполне согласуется с современной тенденцией западной экономики вручать бразды правления предприятием специалистам в области рынка, маркетинга и т.п. Еще 12 руководителей (10,32 %) имеют высшее гуманитарное образование (6,03 % – педагогическое, психологическое) и медицинское (4,21 %) образование. В основном в эту группу попадают женщины. При этом важно отметить, что 100 % опрошенных женщин обладают высшим образованием. Это связано отчасти с огромным интересом представителей самых разных профессий высококвалифицированного умственного труда попробовать себя в предпринимательской деятельности. Девять человек (7,76 %) указали на наличие у них двух высших образований, что, несомненно, свидетельствует об их высоком образовательном и квалификационном потенциале, нежелании останавливаться на достигнутом и стремлении к постоянному расширению, обновлению своих знаний. Кандидаты и доктора наук составили почти десятую часть всех опрошенных (9,48 %). Это отражает две тенденции. С одной стороны, имеющийся высокий научно-инновационный потенциал диктует необходимость его реализации в сфере практической деятельности, а с другой стороны, – отражает снижение привле-



кательности для “остепененных” специалистов таких традиционных сфер приложения их труда как чисто исследовательская и научно-педагогическая деятельность.

Один из существенных этапов формирования экономической психологии руководителей является этап развития взаимоотношений с персоналом предприятий [2].

Не вызывает сомнения, что экономическое положение предприятия самостоятельного субъекта хозяйственной деятельности, с одной стороны, и как слепка современного социально-экономического состояния общества в целом, с другой стороны, отражается на складывающихся в коллективе взаимоотношениях, определяет наличие напряженности и конфликтности в трудовых отношениях. Ответы на эти вопросы получены в ходе анализа соответствующего блока.

Распределение ответов, данных респондентами на вопрос: “Как бы Вы оценили взаимоотношения в коллективе предприятия, организации, учреждения?” показано в табл. 1.

Более трети руководителей отметили, что взаимоотношения в коллективе ближе всего к типу “делового сотрудничества” (35,34 %), пятая часть – охарактеризовала отношения “взаимного доверия” (21,55 %), отказались дать однознач-

ную оценку отношения в коллективе порядка трети (30,18 %) респондентов. Воспринимают отношения как конфликтные 6,03 % опрошенных. Около 8 % (7,76 %) определяют стиль руководства коллективом как жесткое единоначалие, один из опрошенных (0,86 %) отметил, что единоначалие в его фирме сочетается с хорошими межличностными взаимоотношениями. Другим опрошенным был предложен собственный вариант ответа: “взаимоотношения в коллективе «клановые»”, что в определенной мере свойственно структурам мелкого и среднего бизнеса. Следует отметить полное неприятие опрошенными женщинами руководства в стиле жесткого единоначалия.

В структуре взаимоотношений в коллективе предприятия нами выделяется аспект напряженности (табл. 2).

При рассмотрении данных табл. 2 совершенно очевиден разрыв между проблемными блоками “взаимоотношения работников – администрации” и “общая и конкретная экономическая ситуация”. Так, в 2/3 случаев (65,51 %) руководители видят причины напряженных или конфликтных ситуаций на своих предприятиях, в учреждениях и организациях в макроэкономических и проистекающих из них микроэкономических проблемах. Выделяя неэкономические причины напряжен-

Таблица 1

Характеристика взаимоотношений в коллективе предприятия

Характеристика взаимоотношений в коллективе	Всего ответов	% от числа опрошенных
Взаимного доверия	25	21,55
Делового сотрудничества	41	35,34
Жесткого единоличия	9	7,76
Неоднозначные	18	15,52
Зависят от ситуации	17	14,66
Конфликтные	7	6,03
Иные	3	2,59

Таблица 2

Причины напряженности во взаимоотношениях в коллективе предприятия

Причины напряженности или конфликтности	Всего ответов	% от числа анкет
Неумение некоторых руководителей найти контакт с работниками	19	16,38
Нежелание части руководства найти контакт с работниками	12	10,34
Нежелание работников идти на компромисс с администрацией	6	5,17
Экономические проблемы предприятия	35	30,17
Общая кризисная ситуация в стране и обусловленная ею социальная напряженность	41	35,34

ности в коллективе, руководители, к их чести, склонны обвинять скорее администрацию, нежели подчиненных, исполнителей. Так, непосредственно после причин экономического характера следует ответ “неумение некоторых руководителей найти общий язык с работниками” (16,38 %), далее – “нежелание части руководства найти контакт с работниками” (10,34 %). И только в 5,17 % случаев причиной признается “нежелание работников идти на компромисс с администрацией”. Нетрудно заметить, что вина на руководителей возлагается в 5 раз чаще, чем на исполнителей.

Напряженность и конфликтность в коллективе руководители и “благополучных” и “неблагополучных” предприятий склонны, в первую очередь, связывать с экономическими проблемами разного уровня. Однако руководители наиболее преуспевающих предприятий видят источник внутренних конфликтов вне самого коллектива: 40,0 % респондентов этой группы считают, что причина кроется в общей кризисной ситуации в стране и обусловленной ею социальной напряженности. Руководители тех предприятий, которые испытывают временные трудности (по оценке самих руководителей), не склонны мыслить на макроуровне и объясняют конфликты на предприятии проблемами данного же предприятия (50,0 % респондентов данной группы). Руководители фирм, занимающих промежуточное экономическое положение (“пока держимся на плаву, но не без труда”),

видят проблемы и на микро- и на макроуровнях (соответственно, 40,0 % и 43,33 %).

Весьма четко прослеживается взаимосвязь, описывающая нормальную зависимость между количеством причин напряженных или конфликтных ситуаций, с одной стороны, и общим руководящим стажем бизнесменов, с другой (рис. 1 и 2).

Полученное распределение указывает на динамику изменений взглядов руководителей по проблеме внутриколлективной конфликтности, при этом абсолютно стабильным остается экономический уклон причин.

Сопоставление характера взаимоотношений в коллективе с причинами напряженности и конфликтности этих отношений выявило определенную склонность руководителей к поддержанию позиции “делового сотрудничества” даже в условиях экономического кризиса в стране.

По результату выделения респондентами наиболее значимых аспектов деловых отношений внутри коллектива произведено ранжирование, сведенное в табл. 3.

Как можно видеть из табл. 3, первые два важнейших места отведены функции предприятия, т. е. построению организационной структуры, формированию системы соподчиненности и заполнению этой оргструктуры требуемыми кадрами.

Особой категорией внутриколлективных отношений является социальное партнерство, также характеризующееся сложным комплексом психологических нюансов. В аспекте исследования

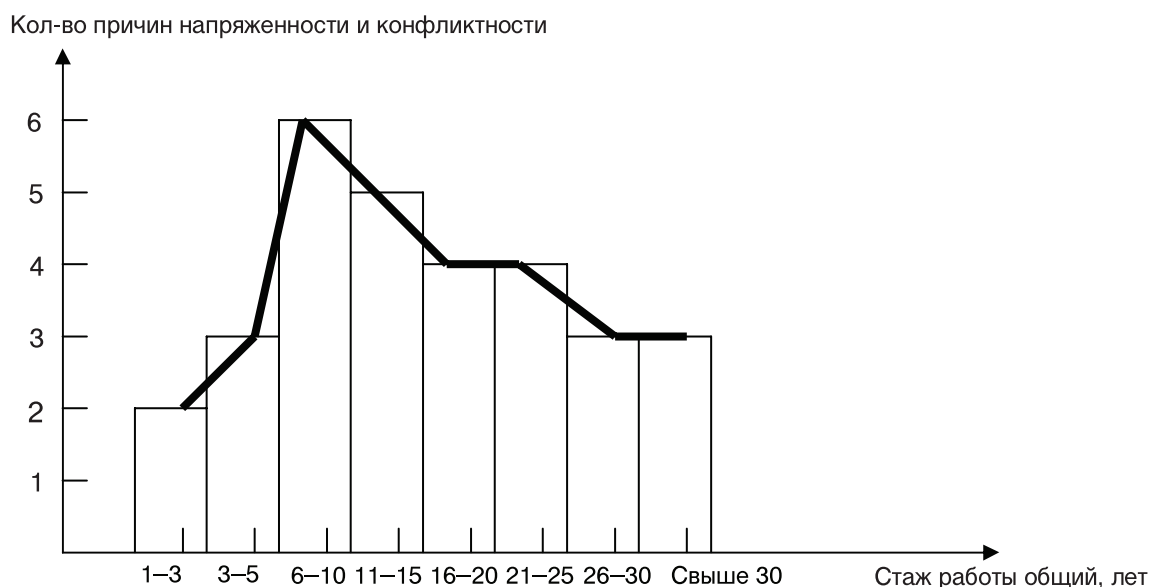


Рис. 1. Взаимосвязь количества причин напряженности и конфликтности в коллективе и общего стажа работы бизнесменов

Кол-во причин напряженности и конфликтности

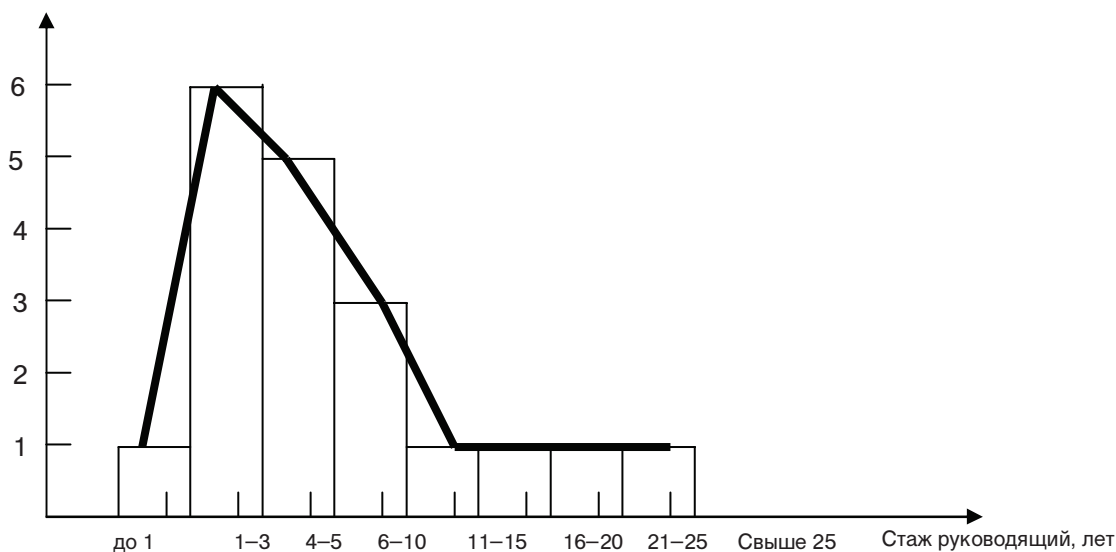


Рис. 2. Взаимосвязь количества причин напряженности и конфликтности в коллективе и руководящего стажа работы бизнесменов

Таблица 3

Структура деловых отношений в коллективе предприятий

Наиболее значимые моменты деловых отношений внутри предприятия	Всего ответов	% от числа анкет
Подбор и расстановка кадров	80	68,97
Распределение функций и полномочий между подразделениями и сотрудниками	68	58,62
Стратегическое планирование	46	39,66
Совместная выработка целей и задач в рамках краткосрочного планирования	34	29,31
Маркетинговая деятельность	29	25,00
Распределение доходов	22	18,97
Инновационная деятельность	9	7,76
Организация технологических процессов по производству продукции или оказанию услуг	8	6,90
Организация информационных потоков на предприятии	6	5,17
Распределение ресурсов между подразделениями	2	1,72

этой проблемы респондентам было предложено выделить наиболее важные, с их точки зрения, направления внутренней политики предприятия, организации, учреждения. Полученные результаты приведены в табл. 4.

Отвечая на этот вопрос, руководители осознанно или бессознательно выделяют те направления деятельности предприятия, где они особенно нуждаются в понимании и поддержке со стороны подчиненных.

Данные о вопросах, являющиеся предметом социального партнерства во внутренней политике предприятия (табл. 4), во многом перекликаются с

данными информации об основных моментах деловых отношений внутри коллектива предприятия. В частности, в разряд наиболее приоритетных вынесены проблемы выработки стратегии развития. Следующую по важности группу составляют вопросы социально-трудовой политики:

- обеспечение деэскалации трудовых отношений;
- организация оплаты труда;
- реализация кадровой политики, политики в области занятости;
- проблемы социального развития коллектива;
- вопросы охраны и условий труда.

Таблица 4

Характеристика отношений социального партнерства в коллективе предприятий

Вопросы, являющиеся предметом социального партнерства во внутренней политике предприятия	Всего ответов	% от числа анкет
Выработка стратегии развития	76	65,52
Обеспечение деконфликтации трудовых отношений	44	37,93
Организация оплаты труда	35	30,17
Реализация кадровой политики, политики в области занятости	32	27,59
Проблемы социального развития коллектива	26	22,41
Реализация маркетинговой политики	23	19,83
Формирование имиджа инвестиционного привлекательного предприятия	20	17,24
Вопросы охраны и условий труда	17	14,66
Проведение технической политики	10	8,62

Гораздо меньше места в проблемах, могущих стать предметом социального партнерства между администрацией, работниками (и при наличии профессиональными союзами), т. е. во внутренней политике предприятия, учреждения, организации, занимает, по мнению руководителей, группа, условно названная нами экономико-организационными и техническими вопросами. Это: реализация маркетинговой политики; формирование имиджа инвестиционно привлекательного предприятия; проведение технической политики.

Интересно отметить, что количество позиций, относимых к числу приоритетных в сфере деловых отношений внутри предприятия, и общий и руководящий стаж работы бизнесменов находятся

между собой в нормальном распределении (см. рис. 3, 4).

Точка экстремума достигается на пересечении, соответственно, 16–20-летнего общего трудового стажа и 1–5-летнего руководящего стажа с максимально возможным количеством – десятью или одиннадцатью – направленными внутри коллективных отношений, характеризуя тем самым профессионально-должностную эволюцию руководителей. С другой стороны, прослеживается совершенно очевидная взаимосвязь между должностным статусом предшествующей работы и направлениями, выдвигаемыми респондентами в качестве важнейших с точки зрения взаимодействия в деловой сфере.

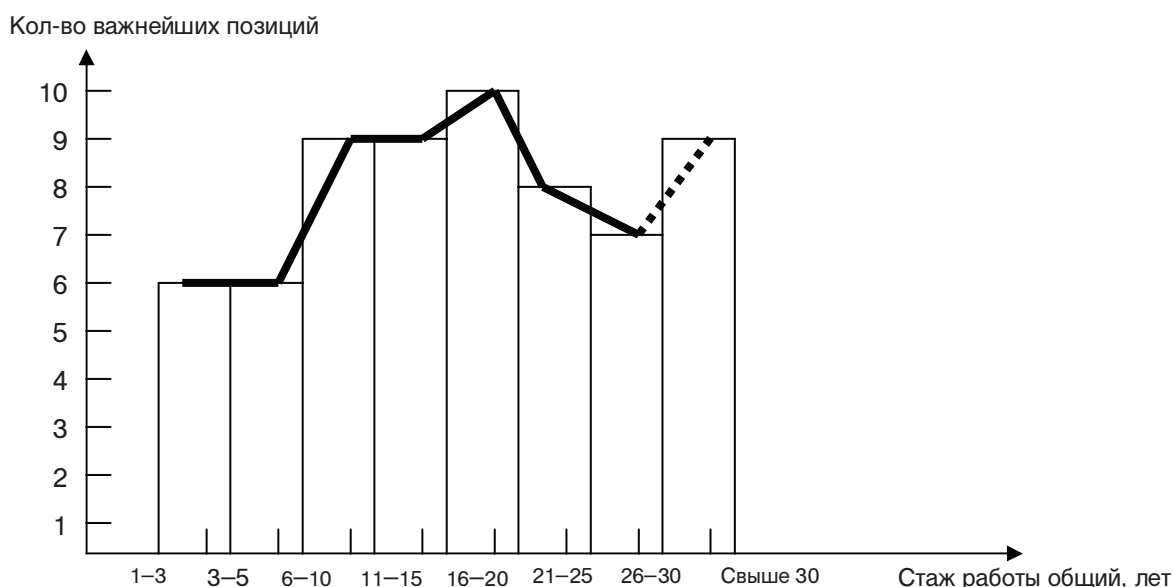


Рис. 3. Взаимосвязь количества позиций, относимых к числу важнейших в сфере деловых отношений внутри предприятия, и общего стажа работы бизнесменов

Таблица 5

Основные направления внутриколлективных деловых отношений на предприятиях

Направления внутриколлективных и деловых отношений на предприятиях										
	Подбор и расстанов-ка кадров	Распре-деление функ-ций и полномо-чий между подразде-лениями и сотрудни-ками	Распре-деление ресур-сов между подраз-делениями	Совместная выработ-ка целей и задач в рамках краткосроч-ного плани-рования	Орга-низация инфор-мационных потоков на пред-приятии	Орга-низация техно-ло-гических процессов по произ-водству продукции или оказа-нию услуг	Распре-деление доходов	Иннова-ционная деятель-ность	Стратеги-ческое пла-нирование	Марке-тинговая деятель-ность
Должность респондента, предшеству-ющая руково-дящей работе	+	+	–	–	–	±	–	–	–	±
	+	+	±	±	±	–	–	±	–	±
	+	+	±	±	–	–	–	±	–	–
	+	+	±	±	±	±	±	–	–	–
	+	+	–	–	–	–	–	–	+	±
	+	+	–	±	–	–	–	–	±	–
	+	+	–	–	–	–	–	–	+	–
	+	+	–	–	–	–	–	–	+	–

¹ Знаками “+”, “–”, “±” отмечена степень значимости для респондентов тех или иных направлений.

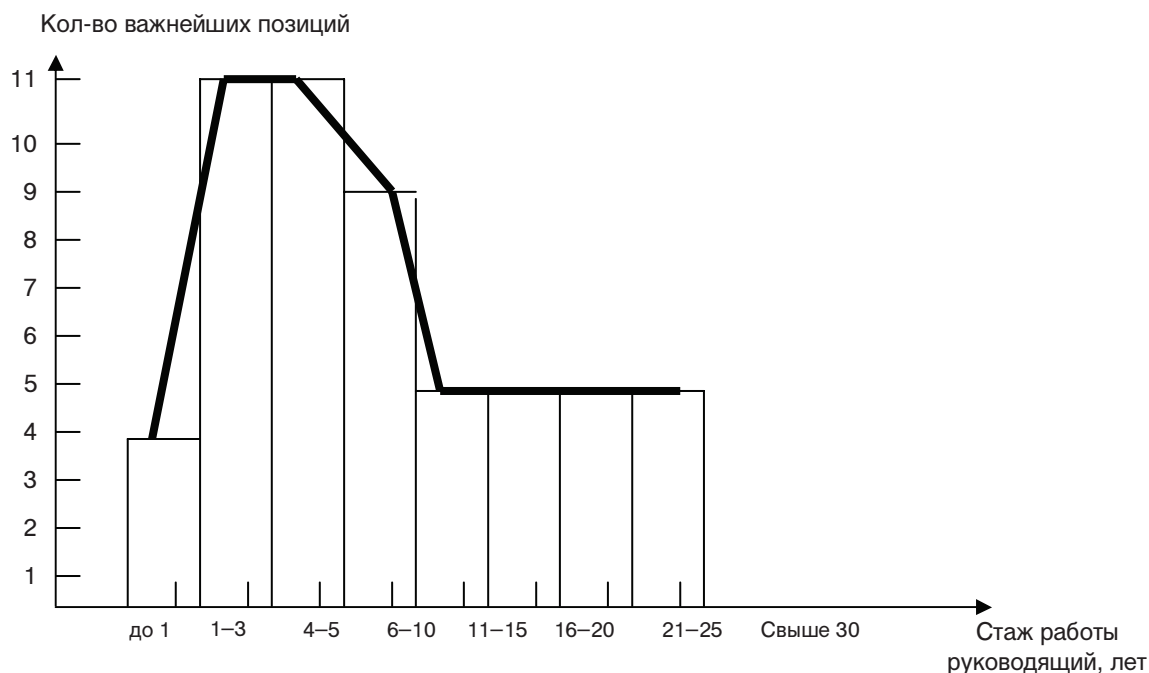


Рис. 4. Взаимосвязь количества позиций, относимых к числу важнейших в сфере деловых отношений внутри предприятия, и руководящего стажа работы молодых бизнесменов

Безусловно, на отбор проблематики существенное влияние оказывает личная причастность к решению той или иной проблемы либо включение ее в круг должностных обязанностей на каком-либо этапе карьерного роста. В обобщенном виде полученная взаимосвязь представлена в табл. 5.

Вопросом, относящимся непосредственно к числу сугубо этических, является следующий: “Оправдано ли, по вашему мнению, встречающиеся на практике многократное превышение заработной платы руководителя над заработной платой работников?”. Меню альтернатив данного вопроса было особо тщательно составлено разработчиками анкеты, что обеспечило высокую степень искренности и достоверности ответов на столь щекотливый вопрос. Считают, что значительное расхождение в уровне заработной платы начальника руководителя и подчиненных оправдано, т. к. вклад и ответственность руководителя несоизмеримы с вкладом исполнителей, более двух третей респондентов (68,10 %) полагают это недопустимым с нравственной точки зрения лишь 29,31 % опрошенных. Директорами были предложены и собственные дополнительные варианты ответов: “Конкретная ситуация!? Частный бизнес или контракт руководителя?”, “Для поощрения исполнителя достаточно разовых премий”. Однако введенные ответы по своей сути не противоречат общей картине.

Как было отмечено ранее, важнейшим элементом внутриколлективных деловых отношений является подбор и расстановка кадров (первое место по значимости). В этой связи интересно рассмотреть основные критерии, которые руководители предприятий, организаций и учреждений закладывают в основу этого процесса. Распределение мнений респондентов по данному вопросу в зависимости от степени важности в соответствии с предпринятым нами ранжированием приведено в табл. 6.

Данные таблицы 6 свидетельствуют, что при подборе и расстановке кадров наиболее значимыми для руководителей качествами являются профессиональные и личностные свойства делового характера. К числу важнейших из них опрошенными были отнесены (в порядке убывания значимости): уровень профессиональных знаний; работоспособность, энергичность; ответственность; инициативность. Промежуточное по степени важности положение занимает умение сотрудников работать в команде, преданность фирме, коммуникабельность. И совсем малозначимыми оказались такие критерии, как возраст, лояльность по отношению к руководителю и его стилю руководства, пол; родственные отношения как гарантия надежности и оптимизм.

Таблица 6

Критерии подбора и расстановки кадров в деятельности руководителей предприятий

Критерии, используемые руководителями при подборе и расстановке кадров	Всего ответов	% от числа анкет
Уровень профессиональных знаний	73	62,93
Работоспособность, энергичность	67	57,76
Ответственность	46	39,66
Инициативность	40	34,48
Умение работать в команде	30	25,86
Преданность фирме	22	18,97
Коммуникабельность	15	12,93
Возраст	5	4,31
Лояльность по отношению ко мне и моему стилю руководства	5	4,31
Оптимизм	2	1,72
Пол	2	1,72
Родственные отношения как гарантия надежности	1	0,86
Профессиональная гибкость	1	0,86
Порядочность	1	0,86

Немаловажную роль при изучении проблемы экономической психологии и этики делового общения играет сравнительный анализ оценок отношений “руководитель – подчиненный” и “подчиненный – руководитель”. В качестве примера в исследовании выбрана пара вопросов: “Считаете ли Вы работников предприятия, учреждения, организации Вашими деловыми партнерами?” и “На Ваш взгляд, считают ли работники вашего предприятия, учреждения, организации Вас своим деловым партнером?”. Сравнительные оценки ответов на эти вопросы приведены в табл. 7.

Данные таблицы 7 подлежат скорее психологическому, нежели социально-экономическому анализу, тем не менее, можно отметить, что большая часть опрошенных руководителей не склонна к резким и категоричным суждениям

либо оценкам, особенно в части определения мнений своих подчиненных. Так, если 81,04 % бизнесменов оценили свое отношение к работникам как в той или иной степени партнерское, при оценке отношений “подчиненный – босс” только 63,8 % респондентов смогли с той или иной вероятностью назвать их партнерскими. Двумерный анализ показал, что уверены в том, что подчиненные воспринимают их как партнеров в первую очередь те руководители, которые сами видят в своих подчиненных партнеров. Одновременно можно отметить, что в негативном секторе это отчасти можно трактовать как некоторую неуверенность рассматриваемой группы в собственном стиле управления, что, в свою очередь, подразумевает недостаток специальных знаний в области этики и психологии руководителя.

Таблица 7

Характеристики деловых партнеров на предприятиях

	Считаете ли Вы работников Вашими деловыми партнерами?		Считают ли работники Вас своим деловым партнером?	
	Всего ответов	% от числа ответивших	Всего ответов	% от числа ответивших
Да	52	44,83	22	18,97
Пожалуй, да	42	36,21	52	44,83
Скорее нет, чем да	18	15,52	23	19,83
Нет	3	2,59	8	6,90
Затрудняюсь ответить	–	–	10	8,62

Интересным также представляется установить, существенно ли, по мнению респондентов, различается этика деловых отношений между руководителями и исполнителями на предприятиях, в организациях различных форм собственности. Оказалось, что примерно 6 человек из 10 (58,48 %) считают, что форма собственности тем или иным образом определяет специфику этики деловых отношений в организации, четверо из 10 (37,93 %) такой зависимости не обнаруживают. Один из опрошенных видит особенности общения в частной фирме в том, что там руководитель частного предприятия более доступен для общения с рядовыми сотрудниками.

Отношения между руководителем и подчиненным всегда отводилось ведущее место в теории менеджмента [3]. Именно в этой области менеджмента наиболее ярко проявилась значимость психологии. Однако, не стоит забывать, что в современном российском обществе отношения “начальник – подчиненный” осложнены тем, что в них вступают люди, некогда являвшиеся формальными сособственниками бывшей единой общенародной собственности, ныне же с трудом приспосабливающиеся к новому стилю отношений внутри предприятия, а также тем, что современные реалии постоянно подспудно сравниваются ими с доперестроенной экономической повседневностью.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Актуальные проблемы труда и развития человеческого потенциала: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4 // Под ред. Н.А. Горелова и О.П. Литовка. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2006. 326 с.
2. Лопатин М.В., Потемкин В.К. Инновационное управление персоналом. СПб.: Изд-во Ривьера, 2004.
3. Мордовин С.К. Управление персоналом: современная российская практика. СПб.: Изд-во Питер, 2003.

Юрьев В.Н.

ТЕОРЕТИКО-ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Экономические объекты, в том числе и промышленные предприятия, имеют многоуровневую структуру и обширные внешние и внутренние связи. Для обеспечения функционирования сложных систем, где взаимодействуют разнообразные материальные, производственные, финансовые, информационные ресурсы и большие коллективы людей, автоматизированное управление может осуществляться как системой в целом, так и отдельными ее элементами. Соответственно и экономические автоматизированные информационные системы (ЭАИС) могут поддерживать управление объектом в целом – это интегрированные ЭАИС, и выполнение отдельных управленческих функций или процессов управления – это локальные предметно-ориентированные ЭАИС. В любом случае АИС ориентированы на конкретную предметную область. Все они имеют идентичную структуру, включающую организационно-экономическое, информационное, техническое, математическое и программное обеспечение, а также функциональные подсистемы (модули, комплексы задач управления) и пользователей [5].

1. Принципы информатизации промышленного предприятия

Системы такой сложности, как ЭАИС, обладают рядом специфических особенностей, присущих открытым системам с активными элементами, к которым, в частности, относится трудность прогнозирования поведения системы при внесении в нее изменений. Для обеспечения адаптивности системы, способности ее к самоорганизации необходимо предусмотреть соответствующие средства, обеспечивающие способность вырабатывать варианты поведения, а при необходимости изменять структуру системы управления и ИС. Учитывая проявление различных особенностей и обуславливающих их закономерностей, предложены принципы проектирования и функционирования ЭАИС. Первоначально принципы построения и функционирования автоматизированных систем управления производством (АСУП) были сформулированы академиком В.М. Глушковым в конце 60-х годов 20 столетия. Схема современного представления принципов ЭАИС [5, 6] изображена на рис. 1.

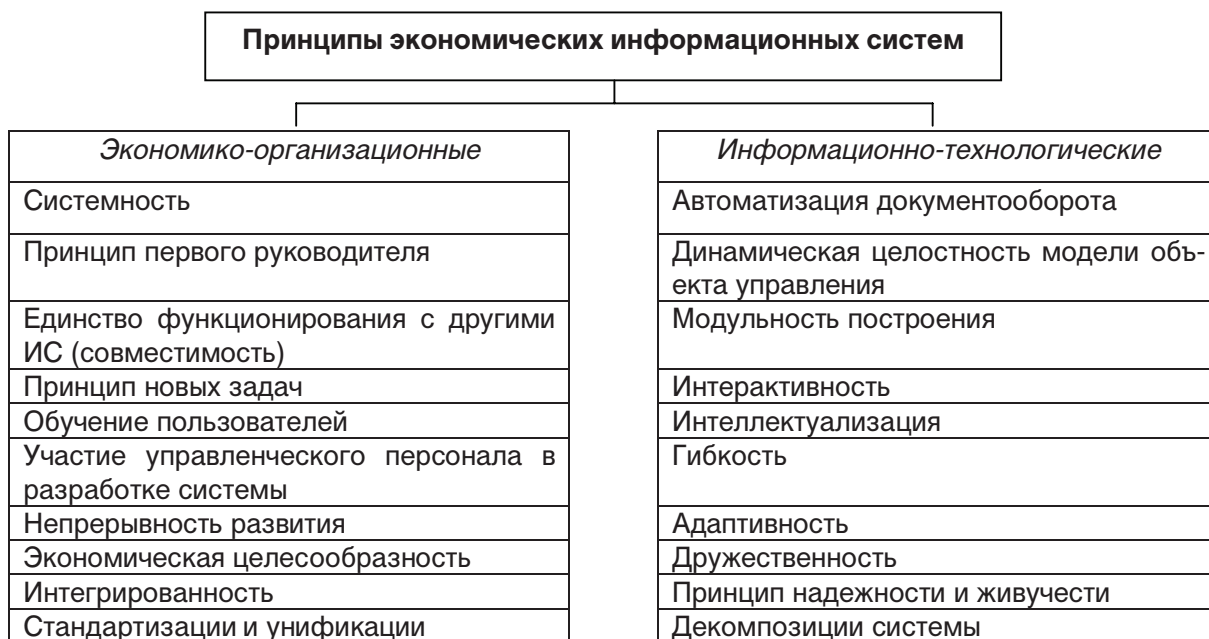


Рис. 1. Принципы построения и функционирования ЭАИС

Принцип системности является главнейшим на всех этапах создания и эксплуатации АИС. Он позволяет подойти к исследуемому объекту как к единому целому, выявить на этой основе многочисленные и многообразные связи между структурными элементами, обеспечивающими целостность системы, установить цели деятельности предприятия и реализуемые для достижения этих целей функции.

Принцип непрерывного развития заключается в том, что АИС создается с учетом постоянного расширения и изменения ее возможностей. Благодаря этому принципу обновляются функции системы, применяются более совершенные инструментальные средства, наращиваются вычислительные мощности. Происходит своевременное реагирование на изменения в организационно-экономической сфере.

Принцип единства функционирования с другими ИС заключается в реализации способности АИС различных видов и уровней совместно функционировать, обеспечивая эффективную работоспособность экономических объектов. Целостность указывает на согласованность целей всей системы с целями функционирования ее частей (подсистем).

Принцип экономической целесообразности (эффективности) заключается в достижении рационального соотношения между затратами на создание и эксплуатацию АИС и экономическим

эффектом, полученным объектом от ее функционирования.

Помимо основополагающих принципов существует ряд частных принципов, соблюдение которых также оказывает влияние на экономический эффект, получаемый от эксплуатации системы. При этом базовые принципы дополняются информационно-технологическими принципами, без ориентации на которые невозможна разработка эффективных ИС (рис. 1).

2. Технологии создания АИС

Информатизация промышленного предприятия представляет собой внедрение и эксплуатацию информационных систем (ИС) и информационных технологий (ИТ), эволюция которых от простых форм к более сложным согласно работе [2] включает пять технологических стадий. Рассмотрим кратко с системных позиций эти технологии создания и развития систем.

Прямая технология. Она заключается в разбиении работ на этапы с последующим их выполнением от первого до последнего. АИС представляет собой множество аппаратно-программных комплексов, предназначенных для решения задач обработки данных. Взаимодействие комплексов осуществляется на основе схемы, которая в значительной степени совпадает с административной схемой управления предприятием. Модель каждой задачи включает фиксированную структуру

данных и алгоритмов их обработки. Основные технологические этапы показаны на рис. 2.



Рис. 2. Этапы прямой технологии

При решении простых задач технология работает вполне удовлетворительно, но с их усложнением требует постоянной корректировки. Дело в том, что, с одной стороны, внедренные задачи соответствуют согласованным постановкам и техническому заданию, а с другой стороны, пользователи выставляют все новые требования к их модификации. Процесс внедрения системы становится непрерывным и циклическим. Причина заикливания прямой технологии заключается во взаимодействии и противоречии с действующими механизмами управления. ЭАИС, построенная по прямой технологии, привлекательна с точки зрения жесткого функционирования, но она не приспособлена к изменениям и развитию.

Функциональная технология. Согласно этой технологии система состоит из устойчивых конструкций, каждая из которых предназначена для выполнения определенной функции. С переходом от прямой технологии к функциональной представление о системе управления предприятием несколько меняется. Ее основой становится множество понятийных платформ, отражающих представления руководителей о выполняемых ими функциях [3]. Понятийные платформы близки по смыслу к функциональным моделям, но отличаются тем, что они строго не формализованы. На основе понятийных платформ формируются структуры данных и алгоритмы, отражающие текущую ситуацию, которая

с течением времени меняется. Следовательно, и рабочие модули подвергаются модификации. Сама же функция остается неизменной.

АИС представляется в виде двухуровневой конструкции. На верхнем уровне создается и поддерживается в актуальном состоянии функциональная модель, а на нижнем уровне она реализуется в виде рабочих программ. Каждой функциональной области соответствует своя подсистема.

Вначале функциональная технология приводит к неплохим результатам, но со временем возникают проблемы. А именно, по мере того, как количество автоматизируемых функций возрастает, единая модель теряет свою стройность. В ней возникает дублирование, выявляются упущения, не позволяющие стыковать подсистемы между собой. Функционирующие задачи подвергаются периодической доработке. Процесс создания АИС в определенном смысле становится циклическим.

Объектная технология. Переход к объектам устраняет причину, тормозившую развитие функциональной технологии. Новая технология базируется на понятии, которое обобщается наверху, детализируется внизу и распространяется на функциональные области [1]. Объектный подход не отрицает функциональную технологию полностью. Комплексы разрабатываются под функцию, но вместо простых сущностей используются объекты.

Формирование системы начинается с упорядочения сущностей в рамках объектов. Результатом функционирования объектов становится пирамида управления. Ее вершина представляет единство системы и подчинение нижележащих конструкций общей цели. По мере продвижения вниз по иерархии цель детализируется и реализуется в виде конкретных процессов, функций и задач. Конструкции отражают информацию о всех фазах существования и функционирования объекта.

Развитие системы начинается с анализа готовых модулей и с попытки воспользоваться ими для построения более сложных конструкций. Анализ показывает актуальные задачи, большая часть из которых заключается в координации взаимодействия между существующими базовыми модулями, что требует продолжения наращивания целого ряда объектов. Выделяются новые процессы, подлежащие автоматизации. При этом основная тяжесть ложится на разработку надстройки (рис. 3). Развитие АИС происходит за счет создания модулей надстройки, хотя базовые модули также могут развиваться.

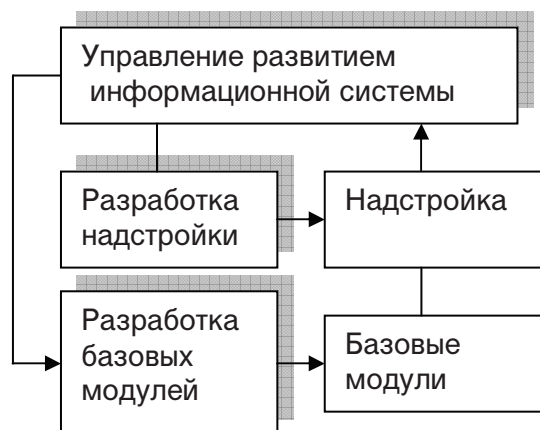


Рис. 3. Схема объектной технологии

В результате внедрения объектной технологии процесс построения рабочих модулей не заканчивается, а постоянно стимулируется объектной надстройкой. Количество запросов со стороны пользователей постоянно увеличивается. Идея единой понятийной платформы не выдерживается.

Каркасная технология. Объектная технология удобна для функционирования и развития небольших систем. Однако для упорядочения стратегий развития АИС и подчинения локальных центров интересам общей системы управления предприятием применяется каркасная технология. Каркас необходим для определения места каждой подсистемы в единой модели, для обеспечения эффективного взаимодействия подсистем, для установления правил построения и конструкций. Его использование реализует переход от синтетического, восходящего проектирования к аналитическому, нисходящему проектированию.

Операции, связанные с приобретением, накоплением, преобразованием и обменом ресурсами, полностью описывают все процессы, протекающие на предприятии. Причем эти операции совершаются в привязке к одной из арматурных ячеек (склад, цех, участок, рабочее место). Арматуру можно определять укрупнено или детализировано, выделяя те или иные арматурные ячейки. Поэтому общая схема движения ресурсов может быть представлена как множество частных потоков между арматурными ячейками, а также процессов, происходящих внутри ячеек. Следовательно, выделяя по оси абсцисс арматуру, а по оси ординат ресурсы (материалы, труд, продукция, деньги) и, определив горизонтальными связями движение ресурсов от ячейки к ячейке, а вертикальными – процессы преобразования и обмена, получим каркас системы функционирования предприятия.

Выбирая используемые на предприятии схемы подразделений, получают, так называемые, рабочие площадки, каждой из которых занимается определенный руководитель.

Использование каркаса выводит на более высокий уровень понимания структуры системы и позволяет унифицировать конструктивные решения. Каркасная технология обеспечивает согласованное развитие рабочих площадок, построенных по объектной технологии. Элементом системы управления остается рабочий модуль, выполняющий операции по управлению ресурсами. На уровне всей системы находится перечень ресурсов и арматуры. Затем формируются рабочие площадки, т.е. определяются границы частных моделей. По мере продвижения аналитического процесса, кроме заданных каркасных объектов, формируются локальные объекты, бизнес-процессы, функции (рис. 4). Разработка рабочего модуля, идущая сверху вниз, совпадает с формированием всей системы, также идущей сверху вниз.

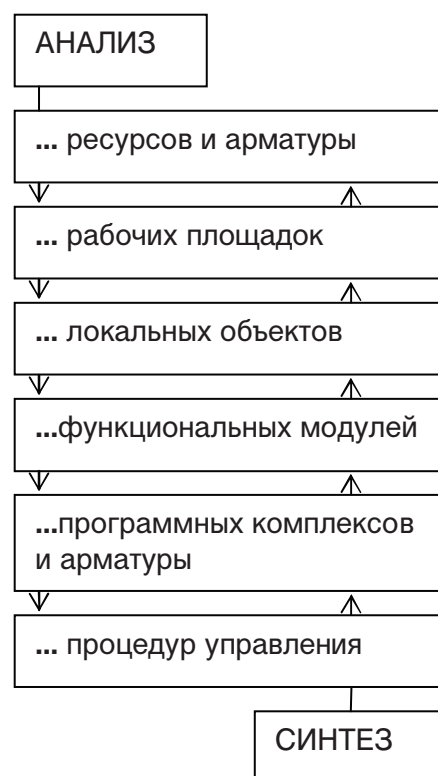


Рис. 4. Схема каркасной технологии

В процессе синтеза существующие процедуры управления сравниваются. Из них выделяется существенная часть, в результате чего выясняется, какие функции реализуются с помощью этих процедур, какие существуют площадки, какие

задействованы ресурсы и арматура. По мере продвижения вверх становится ясно, что в некоторых случаях результаты синтеза совпадают с анализом. В идеале проект автоматизации может совпасть с реально существующими процедурами. В случае расхождений необходимо откорректировать аналитические решения, либо скорректировать существующую конструкцию. В процессе развития системы каркас также меняется, но изменения проводятся в плановом порядке.

Формальная технология. Применение каркасной технологии позволяет достигнуть логической однородности системы, устранить внутренние противоречия и нестыковки. Однако для обеспечения большей эффективности управления необходимо согласовывать решения по выбору площадок, автоматизируемых процессов, временных осей и других параметров системы. Поэтому для создания эффективной АИС следует применять формальную (синтетическую) технологию.

В предыдущих технологиях систему управления разбивают на части (подсистемы, комплексы), а затем координируют работу этих частей. Теперь же система рассматривается в рамках одной понятийной платформы, которую необходимо разделять на фрагменты, сохраняя при этом контроль над их развитием, не перекладывая его на руководителей подразделений. Таким образом, исходим от одной рабочей площадки, которая охватывает все процессы, протекающие в системе. Однако в силу огромной размерности не представляется возможным использовать одну матрицу ресурсов и арматуры, детализированную до уровня простейших ячеек. В глобальной матрице действуют те же правила, что и на реальных рабочих площадках.

Небольшой набор элементов в принципе способен реализовать любую систему управления. Отсюда следует, что каждую подсистему, функцию, комплекс задач, да и всю систему в целом можно представить в виде сборной конструкции, состоящей из типовых элементов. Синтезируя типовые элементы, можно построить модель системы, которая сравнивается с реальной. Процесс синтеза довольно сложный и итерационный, но, переходя от итерации к итерации, получают все лучшие результаты адекватности модели и существующей системы. Конструктивные элементы представляют собой не что иное, как накопители, обменники и преобразователи. Например, производство продукции можно рассматривать как один преобразователь, хотя внутри его имеется множество накопителей, преобразователей и обменников.

Типовые конструкции могут быть реализованы различными способами. Отсюда следует, что для конкретного предприятия более подходящим окажется один вариант реализации типовых функций и нерациональным другой вариант. Поэтому конкретное предприятие будет ориентироваться на определенный набор типовых элементов или на стандарт, в котором заложены возможности, подходящие группе предприятий.

Итак, идея формальной технологии заключается в следующем. Имея набор типовых конструкций, можно строить большие матрицы и определять их свойства без расчленения системы на составные части. Структура системы управления синтезируется из определенных элементов.

Примечательно, что переход от исторически сложившейся системы управления предприятием к АИС происходит таким образом, что менеджер не только расширяет круг решаемых с помощью компьютеров задач, но вводит в него все более сложные оптимизационные задачи и механизмы.

3. Поколения АИС управления предприятием

Каждое новое поколение АИС управления предприятием зарождалось в недрах предшествующей системы управления, перенимая от нее лучшие методы и решения. Новая система рассматривалась как средство автоматизации более сложных задач и механизмов управления.

Поколением АИС называется устойчивая ситуация в становлении автоматизированных систем, когда существует определенный уровень развития техники, когда действующая система управления выдвигает определенные требования к автоматизации управленческой деятельности. На первых порах ограничителем поколения являлась вычислительная техника. В дальнейшем техника существенно усилилась, и сдерживающим фактором стало методическое отставание разработчиков.

К первому поколению АИС (в старой терминологии АСУП) относится комплекс технических средств и технологий, предназначенный для централизованной обработки информации в пакетном режиме. Первые АИС представляли собой совокупность отдельных задач, привязанных к устоявшемуся каркасу. Аналитико-синтетические процессы, включая оперативное управление, оказались за пределами компьютерной системы и осуществлялись силами работников аппарата управления. Основным методом АИС первого поколения стал прямой синтез, характерный для прямой технологии. По мере увеличения количества задач и нелинейного роста числа связей между



ними возникла проблема адаптации к изменениям, которая привела к кризису.

Появление персонального компьютера создало условия для решения оперативных задач на рабочих местах, что явилось началом второго поколения АИС. На предприятиях начали быстро развиваться индивидуальные платформы бюро и отделов. От формализации структур и функций элементов разработчики перешли к созданию более сложных конструкций, но при этом все с большими усилиями решались вопросы взаимодействия. С ростом размеров локальных автоматизированных пирамид их развитие стало практически невозможным.

Однако главной проблемой второго поколения стала нестыковка данных при взаимодействии модулей. При функциональном подходе потерялись горизонтальные и вертикальные связи. Для информационной стыковки использовали объектные представления. Объект стал основным элементом системы.

К третьему поколению АИС относятся системы, построенные на технологии “клиент-сервер”. Объект – общесистемное понятие. С ним работают несколько пользователей по различным функциям. Поэтому общие интересы привели к созданию общесистемного средства управления объектами – к серверу. Одна из главных задач сервера – это согласование функций. Информационно-программный комплекс проникает в административную систему управления, но полной его передачи пользователю не происходит. Комплекс требует сопровождения, которое пользователь не может обеспечить.

Модель управления постепенно усложняется, обрастая частными решениями. Но АИС продолжает функционировать, поскольку многие рабочие процедуры уже не выполняются в ручном режиме. Поэтому некоторые части или даже всю систему периодически приходится перестраивать.

Как отмечают некоторые авторы, например [2, 4, 6], в технике и архитектуре современных систем зарождаются основы новой организации АИС, которые еще не выделились в самостоятельное поколение. В развитых системах существуют многосерверные конструкции, причина создания которых заключается в громадных объемах данных, в частности, хранилищ данных. При распределении информации на несколько серверов наиболее подходящим признаком декомпозиции системы являются представления о рабочих площадках, вытекающие из каркасной технологии.

Компьютерная пирамида, развиваясь до каркаса и типовых наборов элементов, постепенно превращается в более мощную конструкцию, чем действующая система управления предприятием. В развитой ЭАИС сама административная система опирается на информационные понятия и средства.

4. Проблемы и средства информатизации

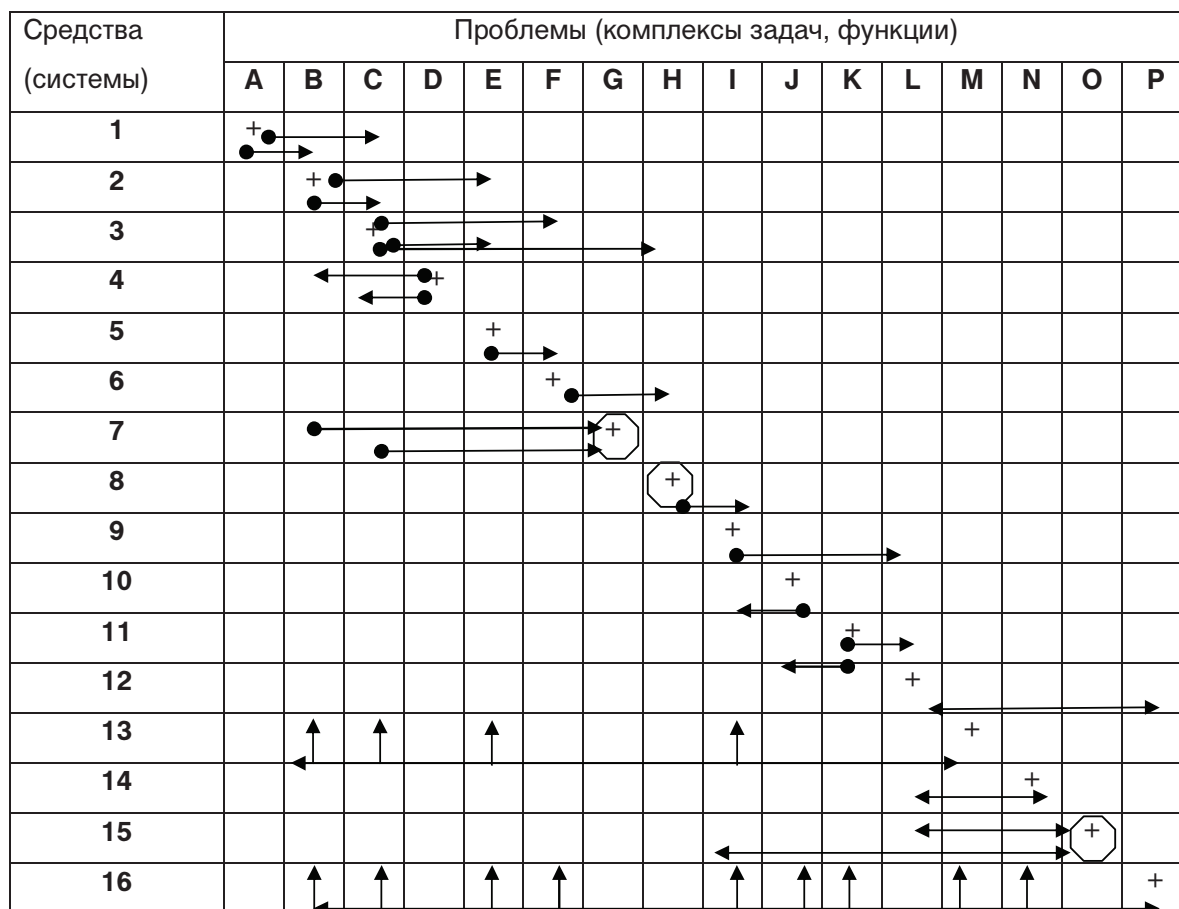
Современное состояние информатизации промышленного производства наукоемкой продукции схематично может быть представлено в виде матрицы связей, столбцы которой содержат проблемы (комплексы задач, функции), требующие постоянного решения на предприятии, а строки – средства (системы, подсистемы), решающие данные проблемы (задачи) и позволяющие эффективно выполнять требуемые функции (рис. 5).

Расшифровка кодов проблем (задач) и средств (систем) их решения представлена в табл. 1.

Предметно-ориентированными ЭАИС, функционирующими на предприятии, могут быть бухгалтерские и финансово-аналитические ИС, справочно-правовые ИС, ИС делопроизводства и документооборота и др. [5].

Как видно на рис. 5, практически все области деятельности промышленного предприятия покрываются различными АИС, которые тесно взаимосвязаны между собой. При этом разработчики, создавая новые системы, стараются не только их усовершенствовать, но и расширить функциональность. В частности, системы MRP II включают функции MRP I, ERP-системы реализуют возможности систем класса MRP II, многие маркетинговые информационные системы содержат модули CRM-систем. Новейшие системы класса ERP II, построенные на принципах электронного бизнеса, включают в свой состав ERP-систему, МИС, CRM-систему, а также надстройку Business Intelligence, включающую решения на основе технологий OLAP и Data Mining.

Большинство современных прогрессивных предприятий эксплуатирует системы класса ERP с элементами систем ERP II. Но, чем больше времени проходит с момента завершения внедрения ERP-системы, тем больше возникает у пользователей вопросов и претензий к используемой системе. Предприятия, как было отмечено ранее, формируют новые требования к ЭАИС. Они рассматривают необходимость их замены с целью перехода на более эффективное ИТ-решение.



* – промежуточные ИС и ИТ

Рис. 5. Схема взаимосвязи проблем и средств информатизации

Таблица 1

Коды и наименования проблем (задач) предприятия и средств их решения

Проблемы (задачи, функции)		Средства (системы) решения проблем	
Код	Наименование	Код	Наименование
A	Научные исследования (НИ)	1	АС научных исследований (АСНИ)
B	Проектирование и испытание изделий – разработка конструкторской документации	2	Системы автоматизированного проектирования (САПР) – CAD-системы (Computer-Aided Design – компьютерная поддержка проектирования)
C	Проектирование тех. процессов – разработка программ для станков с ЧПУ	3	АС технологической подготовки производства. САМ-системы (Computer-Aided Design – компьютерная поддержка изготовления)
D	Выполнение инженерных расчетов и моделирование	4	САЕ-системы (Computer-Aided Engineering – поддержка инженерных расчетов)
E	Создание электронной модели изделия	5	EPD-системы (Electronic Product Definition – электронное описание продукта)
F	Изготовление продукции и контроль качества	6	АС управления технологическими процессами. АС контроля качества изделий
G	Управление предприятием на верхнем уровне	7	Автоматизированная система управления предприятием (АСУП), управленческие ИС

Окончание табл. 1

Проблемы (задачи, функции)		Средства (системы) решения проблем	
Код	Наименование	Код	Наименование
Н	Управление ресурсами предприятия (материальными, трудовыми и др.)	8	Системы MRP I (Material Requirements Planning – планирование потребности в материалах) и MRP II (Manufacturing Resource Planning – планирование производственных ресурсов)
I	Планирование производства, управление мощностями, финансами, персоналом	9	ERP-системы (Enterprise Resource Planning - системы планирования ресурсов предприятия)
J	Маркетинг	10	Маркетинговые информационные системы
К	Привлечение и удержание клиентов	11	CRM-системы (Customer Relationship Management - управление взаимоотношениями с клиентами)
L	Корпоративное управление на базе интернет-технологий	12	Системы ERP II (Enterprise Resource and Relationship Processing – управление ресурсами и внешними отношениями предприятия)
M	Управление информацией о продукте и процессах его создания и сопровождения	13	PDM-системы (Product Data Management - управление проектными и инженерными данными)
N	Управление проектами	14	ИС управления проектами
O	Управление специальными видами деятельности	15	Предметно-ориентированные информационные системы
P	Информационная поддержка изделий на всех стадиях проектирования, изготовления и эксплуатации	16	CALS-технологии (Continuous Acquisition and Life Cycle Support – непрерывная информационная поддержка поставок и жизненного цикла изделий)

При переходе на новую ИС наиболее критичным фактором является высокая совокупная стоимость владения, возникающая за счет использования большого количества серверов, баз и хранилищ данных и другой инфраструктуры. Поскольку централизованный подход легче применить при небольшом количестве систем, предприятия отказываются от нескольких различных ИТ-решений и стараются внедрять единый комплексный продукт от одного разработчика. Распространение этой тенденции стимулируют соображения экономии и нацеленности на эффективную отдачу.

Естественно, чтобы достичь высокого уровня управляемости, предприятие должно обеспечить переход от разрозненных и разнородных ИС к единой информационной среде. Решению этой сложной проблемы во многом служит методология CALS (**Continuous Acquisition and Life cycle Support** – непрерывная информационная поддержка поставок и жизненного цикла), которая представляет собой совокупность принципов и технологий информационной поддержки жизненного цикла продукции на всех стадиях. Она основана на использовании единого информационного пространства, обеспечивает единообразные способы управления процессами

и взаимодействия всех участников посредством электронного обмена данными. Русскоязычным аналогом понятия CALS-технологии считается Информационная Поддержка процессов жизненного цикла Изделий (сокращенно ИПИ). Стратегия ИПИ-технологий объединяет следующие составляющие:

- применение современных информационных технологий;
- реинжиниринг бизнес-процессов;
- применение методов параллельной разработки;
- стандартизация в области электронного обмена информацией.

При создании единой ИС управления предприятием целесообразно применять формальную технологию. Это обеспечит эффективность и надежность работы, совместимость применяемых ИТ-решений, позволит оптимизировать процесс использования циркулирующей информации.

Однако создание и внедрение новых ИС и ИТ, их вклад в достижение конкурентных преимуществ связан с определенным риском. Причем, чем больше значимость ЭАИС в оптимизации бизнеса, тем выше возможные риски. Поэтому руководители предприятия и ИТ-специалисты несут

совокупную ответственность за внедрение ИС и ИТ, а, следовательно, они должны понимать друг друга и знать, что необходимо сделать, чтобы свес-

ти риски к минимуму, получить максимально возможную выгоду и повысить точность рыночных, производственных и финансовых прогнозов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Лукьянова Л.М.** Теоретико-методологические основы структурно-целевого анализа и синтеза организационно-технических комплексов. СПб.: Наука, 2006. 276 с.
2. **Льноградский Л.А.** Горизонты системного анализа. Самара: ИЭКА "Поволжье", 2000. 244 с.
3. **Мартин Дж.** Планирование развития автоматизированных систем / Пер. с англ. М.: "Финансы и статистика", 1984. 196 с.
4. **Мишенин А. И., Салмин С.П.** Теория экономических информационных систем. 4-е изд., доп. и перераб., М.: "Финансы и статистика", 2007. 240 с.
5. **Юрьев В.Н., Волкова В.Н.** Информационные системы в экономике. Учебник. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2006. 538 с.
6. **Красов А.В.** Теория информационных процессов и систем // <http://www.bwirpx.com/download.261948.html>

Ситникова Л.В., Бастрикова О.И.

ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ КАК "МЯГКИЙ" СПОСОБ ИНТЕГРАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ

Важнейшими направлениями развития мировой экономики последних десятилетий стали процессы интеграции – углубления взаимодействия производственных структур на различных уровнях и в различных формах. Многие причины – кризис в отрасли, конкуренция, увеличение затрат на транзакции в результате роста количества экономических субъектов, развитие техники и технологии, действие объективной тенденции возрастания затратности и убывания доходности в результате ограниченности ресурсов, возрастание роли инфраструктуры – делают объективно необходимыми процессы интеграционных преобразований [1, 3, 4, 5, 9].

Сущность интеграционного процесса заключается в переходе от стихийных рыночных форм взаимодействия ранее независимых экономических субъектов к нерыночным схемам межфирменных отношений и иерархическому управлению. Определение рыночных отношений вытекает из определения и основных характеристик модели рынка совершенной конкуренции. Характерными чертами рыночных отношений являются свобода экономических субъектов и совершенная конкуренция как форма их существования. Для модели внутрифирменной иерархии рыночные характеристики принимают форму своей полной противоположности.

Между этими крайними точками существует целый спектр промежуточных схем взаи-

модействия, которые складываются в процессе интеграционных преобразований и основаны на замене рыночных отношений равноправными юридическими соглашениями. Такая контрактная система представляет собой симбиоз рыночных и нерыночных начал экономической организации, получающий свое материальное воплощение в юридическом документе – соглашении, который регулирует экономические отношения. Объектом соглашения сторон является предоставление финансовых, материальных ресурсов в обмен на право участия в прибыли, получение продукции и др.

Параллельно с развитием интеграционных процессов эволюционировали формы организации межфирменных отношений, которые занимали бы промежуточное положение между чисто рыночными отношениями и внутрифирменной организацией.

Анализ характеристик и особенностей различных организационно-экономических форм [6] позволяет классифицировать их как жесткие или мягкие (табл. 1). Жесткие формы характеризуются полной или частичной потерей юридической самостоятельности и объединением и централизацией в рамках организационной формы большинства видов деятельности, более приемлемы для объединений преследующих цели долгосрочного сотрудничества на постоянной основе.

Таблица 1

Сравнительный анализ организационно-экономических форм

Элементы базового вектора описания						
Период объединения	Степень объединения деятельности	Цель объединения	Степень юридической самостоятельности	Производственная общность	Специфические особенности, определяемые типом стратегии развития и способом ее реализации	Организационно-экономическая форма
1	2	3	4	5	6	7
Долгосрочный (на имущественной основе)	Объединение большинства сторон	Создание единого производственного комплекса	Не сохраняется у всех участников	Наличие	Многоотраслевое, связано вертикально или диверсифицировано	Комбинат
					Одноотраслевое, связано горизонтально	Трест
		Тесное производственное сотрудничество	Возможность и сохранения и потери юридической самостоятельности, но обязательны участники ее сохранившие		Организован в виде материнской и дочерних компаний Многоотраслевое, связаны вертикально или диверсифицировано	Вертикальный концерн подчинения
					Одноотраслевое, связаны горизонтально	Горизонтальный концерн подчинения
					Организован из сестринских компаний Многоотраслевое, связаны вертикально или диверсифицированы	Вертикальный концерн координации
					Одноотраслевое, связаны горизонтально	Горизонтальный концерн координации

Продолжение табл. 1

Элементы базового вектора описания						
Период объединения	Степень объединения деятельности	Цель объединения	Степень юридической самостоятельности	Производственная общность	Специфические особенности развития и способом ее реализации	Организационно-экономическая форма
1	2	3	4	5	6	7
					Разнородная организация многоотраслевое, связаны вертикально или диверсифицировано	Вертикальный концерн влияния
					одноотраслевое, связаны горизонтально	Горизонтальный концерн влияния
Долгосрочный (на имущественной основе)	Объединение отдельных сторон	Эффективное вложение капитала	Возможность и сохранения и потери юридической самостоятельности, но обязательно участники ее сохранившие	Отсутствие	Связанная диверсификация	Связанно диверсифицированный конгломерат
					Несвязанная диверсификация	Несвязанно диверсифицированный конгломерат
Краткосрочный (на основе договора)		Реализация крупных проектов (нулевая прибыль)	Сохранение юридической самостоятельности	Не является обязательной	Проведение кредитных, гарантийных и других банковских операций Расширение сферы деятельности банков Выход банка на новые рынки	Банковский консорциум
					Гарантия получения кредита	Консорциум-гарант
					Размещение займа	Финансовый консорциум
					Распределение риска и его возмещения	Гарантийный консорциум

Продолжение табл. 1

Элементы базового вектора описания							Организационно-экономическая форма
Период объединения	Степень объединения деятельности	Цель объединения	Степень юридической самостоятельности	Производственная общность	Специфические особенности, определяемые типом стратегии развития и способом ее реализации	6	
1	2	3	4	5	6	7	Экспортный консорциум
					Содействие экспортным операциям		
		Централизация сбыта (создание сбытовой конторы)		Наличие	Централизация сбыта		Синдикат
Краткосрочный (на основе договора)	Объединение отдельных сторон	Централизация различных сторон коммерческой деятельности	Сохранение юридической самостоятельности	Наличие	Централизация продажных цен, равные условия поставок и платежей		Денежный картель
					Централизация сбыта		Долевой квотный картель
					Централизация рынков сбыта		Долевой территориальный картель
					Централизация закупочных цен		Закупочный картель
					Централизация обмена патентами, ноу-хау		Патентный картель
					Централизация продажных цен		Ценовой картель
					Централизация условий реализации товара		Кондиционный картель
					Установление квот на производство и сбыт продукции		Контингентированный картель

Окончание табл. 1

Элементы базового вектора описания						
Период объединения	Степень объединения деятельности	Цель объединения	Степень юридической самостоятельности	Производственная общность	Специфические особенности, определяемые типом стратегии развития и способом ее реализации	Организационно-экономическая форма
1	2	3	4	5	6	7
					Централизация объема производства	Производственный картель
		Централизация прибыли от совместных действий		Не является обязательной	Инвестиции в объект	«Конкретный» пул
					Использование патента	Патентный пул
					Создание дефицита	Торговый пул
Среднесрочный (на основе договора)		Кооперация между участниками, нулевая зависимость			Реализация проектов НИОКР Организация совместного производства Совместное освоение рынков	Стратегический альянс



К мягким формам относят, прежде всего, консорциум и стратегический альянс. Эти формы объединения предприятий, которые позволяют вести совместную деятельность, используя знания и ресурсы друг друга, при сохранении участниками объединения юридической и хозяйственной самостоятельности.

Консорциум создается для высококачественного исполнения срочных и дорогостоящих заказов и проектов, требующих консолидации усилий и средств научно-технических, производственных, обслуживающих и финансовых компаний, способных совместно решить поставленную задачу. Стратегический альянс – соглашение о кооперации двух или более независимых фирм для достижения определенных коммерческих целей, для получения синергии объединенных и взаимодополняющих стратегических ресурсов компаний.

В рамках стратегических альянсов и консорциумов возникает возможность мобилизации преимуществ мощной корпоративной структуры при сохранении обособленности ее членов.

В последнее время объектом соглашений между предприятиями все чаще становится предоставление прав на использование различных объектов интеллектуальной собственности (ОИС) в обмен на право участия в прибыли.

С одной стороны такие соглашения преследуют известные мотивы интеграции [2, 4, 7, 9, 10], связанные со стремлением снизить уровень конкуренции, увеличить за счет общих объемов производства и продаж размер рыночной доли, завоевать и сохранить монопольное положение, с возможной экономией на дорогостоящих работах по разработке новых технологий и созданию новых видов продуктов. Но есть и другая сторона подобных соглашений – содействие распространению инноваций. Наиболее распространенными формами таких соглашений являются лицензионные договоры и договоры франшизы. Ряд исследователей [2, 9 и др.] относят лицензирование и франчайзинг к способам [9] или стратегиям [2] реализации интеграционных преобразований. Хотя с конкретными видами организационно-экономических форм эти соглашения в литературе не связываются, но им не противоречат характерные особенности мягких форм интеграции, тем более, что целью объединения для некоторых из них является обмен патентами, технологиями, ноу-хау.

Лицензирование – наиболее изученная и широко описанная в литературе категория соглашений в отношении использования объектов интеллектуальной собственности, включает в

себя лицензионные соглашения всех видов, где оценивается стоимость права на использование конкретного ОИС для производства и продажи отдельного товара или услуги [8, 11]. Франшиза – договор, по которому одно лицо, имеющее разработанную систему ведения определенной деятельности, разрешает другому лицу использовать эту систему на местном для него рынке в обмен на вознаграждение. По мнению многих исследователей, договор франшизы является разновидностью лицензионного договора, так как по договору франшизы происходит предоставление прав на использование ОИС, поэтому ограничимся рассмотрением именно лицензирования, хотя дальнейшие рассуждения справедливы и в отношении франшизы.

Лицензия – предоставление в установленном порядке и на определенных условиях прав на использование ОИС, защищенных охранными документами, и ноу-хау другому лицу.

Объектами интеллектуальной собственности является, в том числе, изобретение – новое техническое решение, полученное в результате интеллектуальной деятельности, относящееся к продукту (устройству или веществу) или к способу (процессу осуществления действий над материальными объектами с помощью материальных средств). Местом, где проверяется ценность изобретения, является рынок. Спрос на новый или улучшенный продукт, созданный на основе изобретения определяет рыночную перспективность соответствующего ОИС.

К реализации изобретения на рынке лицензий владельца побуждают недостаток ресурсов для реализации рыночной перспективности, ограниченный срок жизни изобретения и процесс его морального старения. Владелец прав на ОИС в данной ситуации стремится получить дополнительную выгоду от своего изобретения на рынке лицензий, задействуя посредством лицензионного соглашения на некоторый период времени ресурсы потенциальных лицензиатов для производства продукта на основе объекта ОИС. Но чтобы такое соглашение состоялось, условия его заключения должны быть взаимовыгодными для участников сделки.

Определение условий лицензирования требует принятия решений по следующим взаимосвязанным вопросам: характер и объем прав, передаваемых по лицензии, объемы производства продукта на основе использования ОИС, которые будут закреплены за участниками соглашения, размер лицензионного платежа или цена лицензии.

Под ценой лицензии понимают сумму выплат лицензиата в пользу лицензиара. Это вознаграждение за использование комплекса прав, передаваемых по договору, выплачивается в виде паушального платежа или роялти, начисляемых пропорционально объему используемых прав.

Стороны в лицензионном договоре преследуют не исключаящие друг друга, но противоположные цели. Лицензиар заинтересован в том, чтобы цена была как можно выше, а лицензиат в том, чтобы цена была как можно ниже. Цена на лицензию устанавливается на основе поиска баланса интересов лицензиара и лицензиата. Интересы лицензиара задают нижний предел цены – минимально приемлемая для лицензиара оценка платежа за раздел с конкурентом конкурентных преимуществ, создаваемых ОИС. Эта минимальная оценка должна обеспечить лицензиару компенсацию недополученной прибыли в результате отказа от монопольного использования ОИС и уступаемой лицензиату в результате передачи прав на него [11]. Продавая лицензию, лицензиар стремится максимизировать свою прибыль. Однако, несмотря на монопольное положение, лицензиар не может повышать цену на лицензию до бесконечности.

Вторым ограничивающим фактором, определяющим диапазон цены, является экономическая выгода лицензиата в результате приобретения лицензии, устанавливающая верхний предел цены. Лицензиат заинтересован в покупке лицензии, поскольку это для него и возможность получить прибыль, которую уступает ему лицензиар в результате раздела рынка и возможность приобрести конкурентные преимущества, связанные с приобретением прав на ОИС.

Обязательное условие для того, чтобы лицензирование состоялось – верхний предел цены должен быть больше нижнего. Только в этом случае может быть достигнут баланс интересов продавца и покупателя. Цена будет устанавливаться в диапазоне нижнего и верхнего пределов. Рассмотрим порядок определения диапазона цены лицензии.

При продаже лицензии и передаче лицензиату доли рынка лицензиар недополучает прибыль, величина которой определяется по формуле:

$$P_{LR} = (RP - Q_{LR}) \times (Z - V_{LR}) - \Delta C_{LR} \quad (1)$$

где RP – рыночная перспективность – количество продукта на основе ОИС, произведенного и реализованного за весь жизненный цикл данного продукта; Q_{LR} – объем продукции, сохраняемый лицензиаром; Z – цена единицы продукции; V_{LR} – переменные затраты лицензиара на единицу

продукции; ΔC_{LR} – изменение постоянных затрат лицензиара, связанных с объемом продукции ($RP - Q_{LR}$).

Эта недополученная прибыль должна быть компенсирована суммой лицензионного платежа:

$$(RP - Q_{LR}) \times (Z - V_{LR}) - \Delta C_{LR} \leq LP = \text{stavka} \times Z \times (RP - Q_{LR}), \quad (2)$$

где LP – лицензионный платеж; stavka – ставка роялти по объему продаж.

После преобразований получаем ограничение по величине лицензионного платежа, отражающее интересы лицензиара:

$$Z \times (1 - \text{stavka}) \leq \frac{\Delta C_{LR}}{RP - Q_{LR}} + V_{LR}. \quad (3)$$

Аналогично определяется ограничение по величине лицензионного платежа, отражающее интересы лицензиата. Прибыль лицензиата от производства и реализации продукции по условиям лицензирования:

$$P_{LT} = (RP - Q_{LR}) \times (Z - V_{LT}) - \Delta C_{LT} - \text{stavka} \times Z \times (RP - Q_{LR}) > 0, \quad (4)$$

где V_{LT} – переменные затраты лицензиата на единицу продукции; ΔC_{LT} – изменение постоянных затрат лицензиата в связи с производством продукции по лицензии в объеме ($RP - Q_{LR}$).

После преобразований получаем искомое условие:

$$Z \times (1 - \text{stavka}) > \frac{\Delta C_{LT}}{RP - Q_{LR}} + V_{LT}, \quad (5)$$

Определим границы, в пределах которых должна быть установлена ставка роялти, при которой соблюдаются интересы и лицензиара и лицензиата:

$$\begin{aligned} \frac{\Delta C_{LT}}{RP - Q_{LR}} + V_{LR} &< Z \times (1 - \text{stavka}) \leq \\ &\leq \frac{\Delta C_{LR}}{RP - Q_{LR}} + V_{LR}. \end{aligned} \quad (6)$$

После преобразований получаем следующее выражение:

$$\begin{aligned} 1 - \frac{1}{Z} \times \left(V_{LR} + \frac{\Delta C_{LR}}{RP} \times \frac{1}{1 - \text{dol}} \right) &\leq \text{stavka} < 1 - \frac{1}{Z} \times \\ &\times \left(V_{LT} + \frac{\Delta C_{LT}}{RP} \times \frac{1}{1 - \text{dol}} \right). \end{aligned} \quad (7)$$

Таким образом, для того, чтобы лицензирование состоялось и было выгодно и лицензиару и лицензиату, ставка роялти должна укладываться в указанный диапазон, границы которого вычисляются по формуле, представляющей функцию от пяти переменных:

$$\text{stavka} = f(Z, V, \Delta C, RP, \text{dol}). \quad (8)$$

Таблица 2

Исходные данные об условиях производства и лицензирования

Наименование показателя	Лицензиат А	Лицензиат В
Изменение постоянных расходов	2.5	3.5
Рыночная перспективность	2	
Доля рынка, сохраняемая за лицензиаром	0.5	
Переменные расходы на единицу продукта	3	1
Цена	6	6

Графическое представление функции нескольких переменных и исследование взаимного влияния параметров удобно проводить с использованием номограмм. В данной статье не будем рассматривать сам процесс построения номограммы, предполагающий, в том числе, решение проблемы масштабирования, то есть установления диапазонов изменения каждой переменной и значения функции. Для иллюстрации идеи использования номографической модели при решении задачи определения границ диапазона ставки роялти по объему продаж, примем, что переменные $Z, V, \Delta C, RP$ изменяются в пределах от 0 до 10, переменная dol и значение функции stavka – в пределах от 0 до 1. Номограмма, отображающая данную функциональную зависимость, представлена на рис. 1.

Данная номограмма позволяет определить для заданных значений $\Delta C, RP, \text{dol}, V, Z$ значение границы диапазона ставки роялти (линия a), а также характер влияния на границы диапазона изменения отдельных параметров (линии b, c, d, e).

Пример 1. Рассмотрим определение границ диапазона ставки роялти по объему продаж для исходных данных представленных в табл. 2.

Задавая последовательно значения переменных и продвигаясь по полям номограммы в соответствии с ключом (линии a и b), на шкале stavka определяется две точки A и B , которые задают нижнюю и верхнюю границы искомого диапазона (рис. 2). Нижняя граница диапазона ставки роялти по объему продаж – 0,8, верхняя – 0,25, эти результаты легко проверить, проведя следующие расчеты:

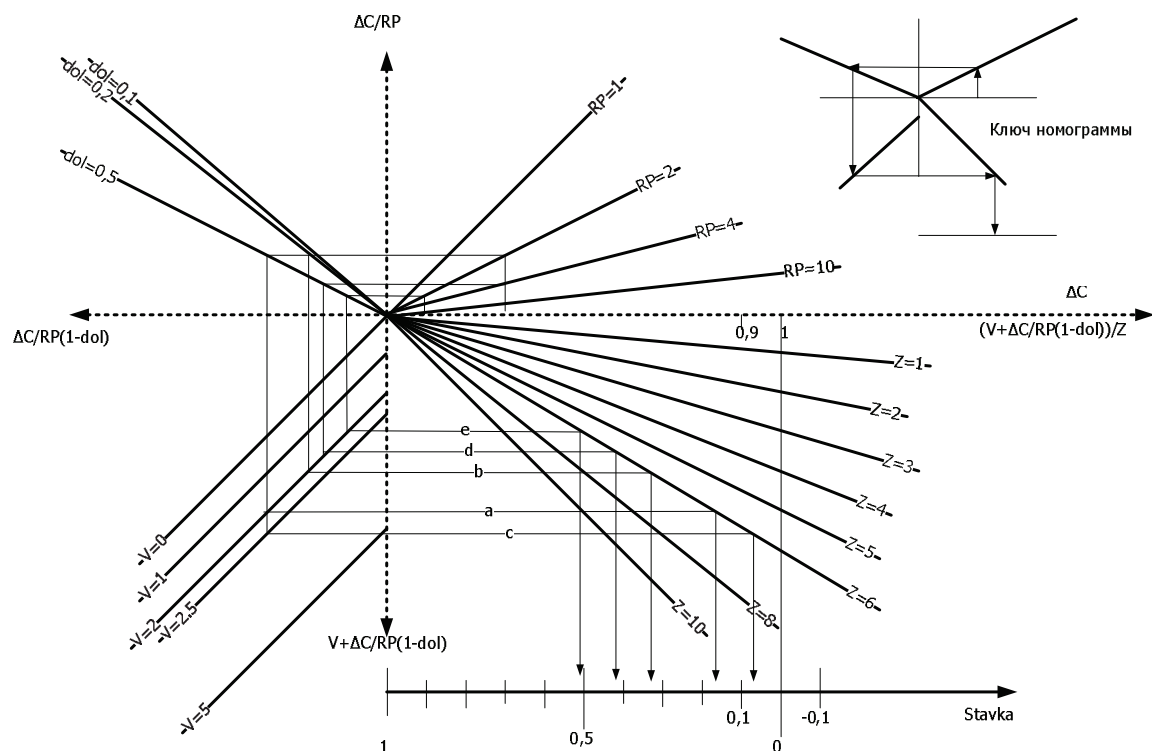


Рис. 1. Номограмма функциональной зависимости $\text{stavka} = f(Z, V, \Delta C, RP, \text{dol})$

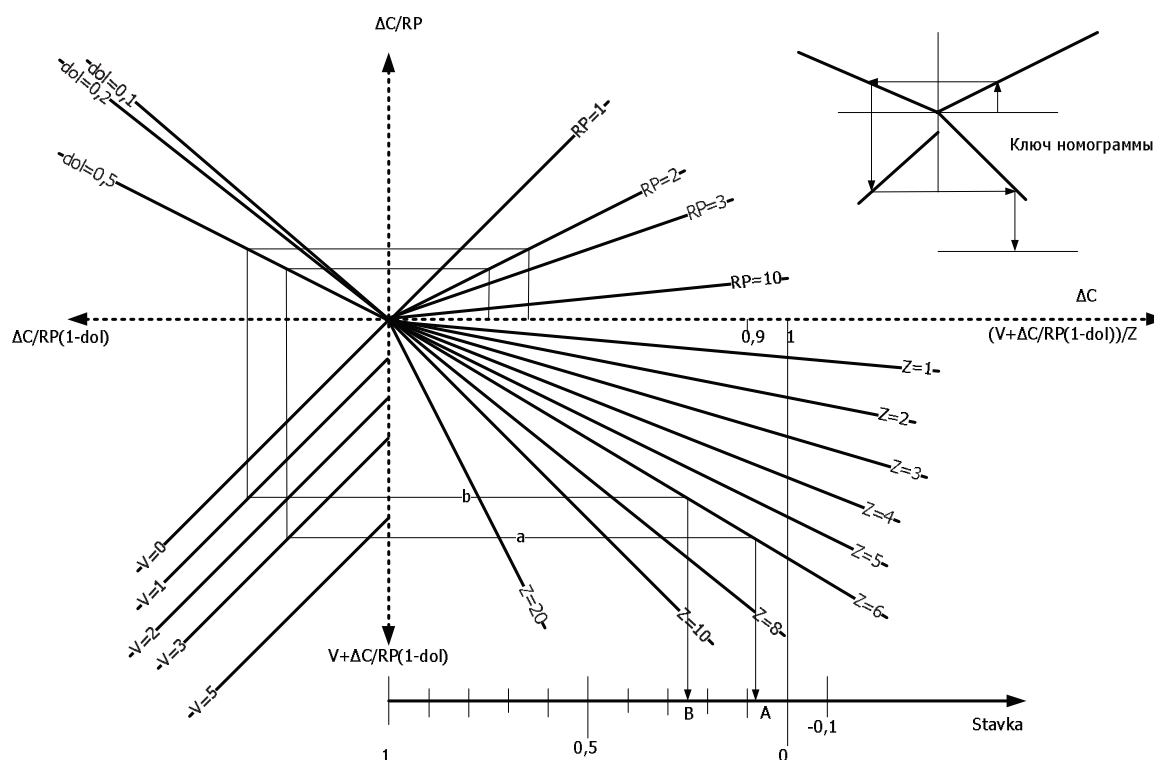


Рис. 2. Определение границ диапазона ставки роялти по объему продаж (пример 1)

$$\underline{G}_{\text{ставка}} = 1 - \frac{1}{Z} \times \left(V_{LR} + \frac{\Delta C_{LR}}{RP} \times \frac{1}{1 - \text{dol}} \right) =$$

$$= 1 - \frac{1}{6} \times \left(3 + \frac{2,5}{2} \times \frac{1}{1 - 0,5} \right) = 0,083, \quad (9)$$

где $\underline{G}_{\text{ставка}}$ – нижняя граница диапазона ставки, отражающая интересы лицензиара.

$$\bar{G}_{\text{ставка}} = 1 - \frac{1}{Z} \times \left(V_{LT} + \frac{\Delta C_{LT}}{RP} \times \frac{1}{1 - \text{dol}} \right) =$$

$$= 1 - \frac{1}{6} \times \left(1 + \frac{3,5}{2} \times \frac{1}{1 - 0,5} \right) = 0,25, \quad (10)$$

где $\bar{G}_{\text{ставка}}$ – верхняя граница ставки, отражающая интересы лицензиата.

Пример 2. Рассмотрим другую ситуацию (табл. 3, рис. 3)

Таблица 3

Исходные данные об условиях производства и лицензирования

Наименование показателя	Лицензиат А	Лицензиат В
Изменение постоянных расходов	3.5	2.5
Рыночная перспективность	2	

Окончание табл. 3

Наименование показателя	Лицензиат А	Лицензиат В
Доля рынка, сохраняемая за лицензиаром	0.5	
Переменные расходы на единицу продукта	3	1
Цена	6	6

Для данной ситуации получаем следующие оценки для нижней и верхней границ диапазона ставки роялти по объему продаж: $\underline{G}_{\text{ставка}} = 0,25$

$\bar{G}_{\text{ставка}} = 0,083$. Очевидно, что при таких значениях условие (7) не выполняется. Для того, чтобы лицензирование стало возможным (чтобы были соблюдены интересы обеих сторон), необходимо изменить соотношение переменных в зависимости (8) так, чтобы положение точки В сместилось левее относительно точки А. При этом величина рыночной перспективности RP не может быть изменена в сторону увеличения, поскольку отражает емкость рынка продукта, созданного на основе соответствующего ОИС, изменение сохраняемой за лицензиаром доли рынка dol при-

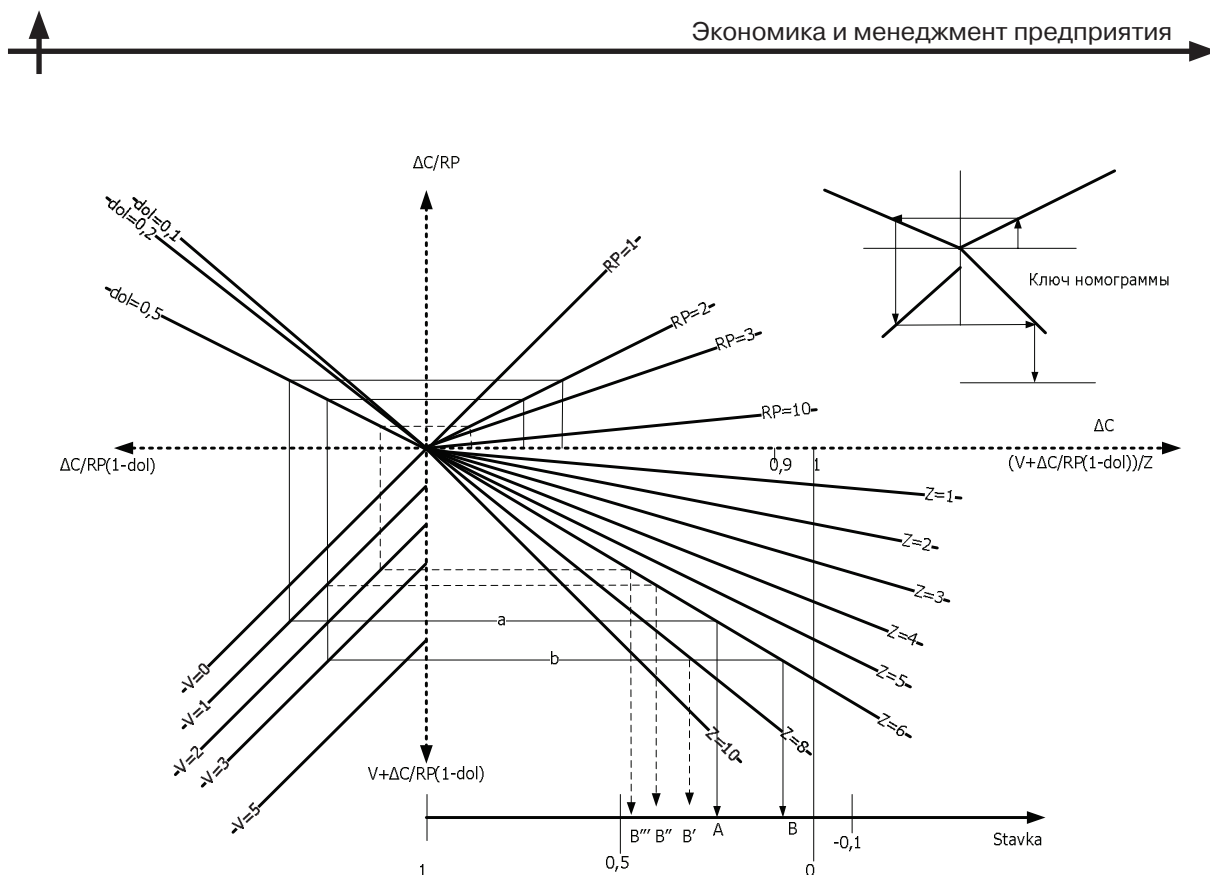


Рис. 3. Определение границ диапазона ставки роялти по объему продаж (пример 2)

водит к смещению по шкале *stavka* точек *A* и *B*, но изменяет их относительного взаиморасположения.

Необходимое изменение относительного взаиморасположения точек *A* и *B* может быть достигнуто посредством воздействий, направленных на повышение эффективности производства лицензиата:

- установить более высокой цены на продукцию, произведенную лицензиатом, что возможно, если продукция, произведенная лицензиаром и лицензиатом, во избежание ценовой конкуренции реализуется на разных территориях. Например, увеличение цены продукции лицензиата с 6 до 8 перемещает верхний предел диапазона из точки *B* в точку *B'*. Однако следует учесть, что

увеличение цены может отразиться на объемах реализации;

- снизить переменные, или постоянные, или переменные и постоянные расходы у лицензиата. Уменьшение переменных расходов у лицензиата с 3 до 1 перемещает верхний предел диапазона из точки *B* в точку *B''*. Сокращение постоянных расходов до 2.5 до 1.25 и переменных с 3 до 2 перемещает верхний предел диапазона в точку *B'''*;
- снизить уровень затрат при некотором повышении цены.

Применение номографической модели позволяет без проведения многовариантных расчетов подобрать управляющие воздействия, позволяющие согласовать интересы участников лицензионного соглашения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авдашева С.Б. Исследование транзакционных издержек и барьеров входа на рынки в российской экономике. М.: ГУ-ВШЭ, 1998.
2. Аистова М.Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегия, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям. М.: Альпина Паблишер, 2002.
3. Акулов В.Б., Рудаков М.Н. Теория организации / [Электронный ресурс] // <http://media.karelia.ru/~resource/>

- есон/Teor_org.
4. Антонов Г.Д., Иванова О.П. Предпосылки интеграции и эволюция интеграционных структур в России / [Электронный ресурс] // <http://www.dis.ru/manag/arhiv/2002/5/7.html>.
5. Владимирова И.Г. Компании будущего: организационный аспект/ Менеджмент в России и за рубежом, 1999, № 2.
6. Владимирова И.Г. Организационные формы

интеграции компаний/ Менеджмент в России и за рубежом, 1999, № 6.

7. **Владимирова И.Г.** Слияние и поглощение компаний/ Менеджмент в России и за рубежом, 1999, № 1.

8. **Зинов, В. Г.** Управление интеллектуальной собственностью: М.: Дело, 2003.

9. **Иванов Ю.В.** Слияние, поглощение и разделение

компаний: стратегия и тактика трансформации бизнеса. М.: Альпина Паблишер, 2001.

10. **Козина М.Е.** Слияния и поглощения как составная часть менеджмента изменений // Справочник экономиста. 2006. № 4(34).

11. **Пузыня Н.Ю.** Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов. СПб.: Питер, 2005.

Тарасова А. С.

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОБЕСПЕЧЕНИЮ УСТОЙЧИВОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ОПТОВОЙ ГЕНЕРИРУЮЩЕЙ КОМПАНИИ

В России в настоящее время осуществляются процессы реструктуризации энергетической отрасли, нацеленные на формирование конкурентных отношений в сфере производства и продажи электроэнергии. Реформа электроэнергетики подразумевает формирование рыночных отношений между субъектами отрасли и изменение структуры самой отрасли, приводящей к формированию новых субъектов рынка и созданию конкурентного рынка электроэнергии, основными фигурантами на котором выступают оптовые генерирующие компании.

В настоящее время состояние энергетических предприятий характеризуется рядом нерешенных проблем, существенным образом сдерживающих их эффективное функционирование, и, соответственно, негативно сказывающихся на развитии всей электроэнергетической отрасли.

Эти проблемы, в первую очередь, являются организационно-управленческими, общее содержание которых сводится к тому, что используемые в хозяйственной практике методы управления деятельностью энергопредприятий не в полной мере обеспечивают эффективность принимаемых решений и не всегда адекватны новым экономическим отношениям.

Это особенно актуально для оптовых генерирующих компаний, энергопредприятий новой структуры, рациональное управление функционированием и устойчивым развитием которыми возможно только на основе эффективных современных управленческих и организационных методов.

В данной работе в качестве инструмента обеспечения устойчивого развития энергопредприятий предлагается использование комплекс-

ного финансово-экономического подхода к оценке устойчивости функционирования и развития электроэнергетической компании, целью которого является совершенствование системы управления ее финансами.

В рамках данного финансово-экономического подхода предполагается:

- организация стратегического финансового планирования и управления энергокомпанией с целью обеспечения устойчивого развития ОГК;
- устойчивое развитие ОГК как субъекта конкурентных отношений электроэнергетической отрасли;
- совмещение процессов реформирования отрасли в целом с процессами текущего функционирования отдельной энергокомпании;
- концентрация усилий и ресурсов на совершенствовании эффективного управления финансовыми потоками энергокомпании и активизации инвестиционной политики.

Формирование комплексного финансово-экономического подхода к обеспечению устойчивости развития энергокомпании является методологической основой создания комплексной системы управления энергокомпанией, которая включает в себя несколько последовательных этапов: системы стратегического планирования, бюджетирования и системы финансового контроллинга, как функции обратной связи.

Функциональными задачами системы стратегического планирования являются:

- определение целей функционирования и развития компании;
- анализ бизнес-среды энергокомпании;
- формулировка стратегий развития структурных подразделений ОГК;



- формирование стратегической финансово-экономической политики инновационного развития энергокомпании.

Задачи системы бюджетирования:

- совершенствование процесса планирования, контроля, анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности;

- разработка системы финансово-экономических показателей для анализа устойчивости работы энергокомпании;

- факторный анализ функционирования и развития энергокомпании;

Задачи системы финансового контроллинга:

- своевременное выявление негативных тенденций развития компании;

- формирование комплекса мероприятий по снижению затрат и расходов компании, а также повышения финансовой устойчивости энергокомпании.

В настоящее время для оптовых генерирующих компаний наиболее актуальной представляется стратегия устойчивого роста, ориентированная на ежегодную положительную динамику темпов роста основных показателей ее финансово-хозяйственной деятельности.

Ниже приведена система сбалансированных финансовых показателей, построенная исходя из

стратегических ориентиров развития энергокомпании (табл. 1). Целью выбранной стратегии развития является рост капитализации (стоимости) компании.

Информационной базой комплексного финансово-экономического подхода к обеспечению устойчивости функционирования и развития энергокомпании являются результаты анализа финансового состояния ОГК. Это является необходимым условием грамотного управления компанией, объективная предпосылка обоснованного планирования и рационального использования финансовых ресурсов.

В качестве варианта системы поддержки принятия управленческих решений предлагается использовать факторную модель функционирования и развития оптовой генерирующей компании, которая позволила бы четко сформулировать цели деятельности компании в целом и ее структурных подразделений в отдельности в разрезе соответствующих периодов времени и наметить конкретные пути достижения поставленных целей.

Найти приемлемые ориентиры в выборе темпов развития энергокомпании помогает комплексная оценка различных аспектов ее деятельности. Предлагаемая финансово-экономическая факторная модель оценивает влияние наиболее

Таблица 1

Цели и показатели эффективности деятельности энергокомпании

Стратегическая цель развития энергокомпании	Рост капитализации компании		
	Оптимизация структуры капитала энергокомпании	Повышение эффективности производственной деятельности	Рациональное распределение прибыли
Основные тактические цели			
Показатели эффективности тактической (текущей) деятельности	Коэффициенты долгосрочной платежеспособности (коэффициенты долга) Коэффициент соотношения заемных и собственных средств Коэффициент автономии Рентабельность собственного капитала	Рентабельность продаж Рентабельность продукции Рентабельность активов	Доля дивидендного фонда в чистой прибыли Инвестиционная составляющая чистой прибыли
Мероприятия по реализации тактических целей	Привлечение долгосрочных источников финансирования Курс на уменьшение привлечения краткосрочных кредитов и займов Рост независимости от внешних источников финансирования	Снижение производственной себестоимости	Рациональная дивидендная политика Рациональная инвестиционная политика

значимых факторов, где их связь характеризует производственную и финансовую деятельность энергокомпании, а также ее рыночную активность. К числу этих факторов относятся:

Ф1 – Долгосрочные обязательства / Собственный капитал;

Ф2 – Чистая прибыль / Выручка от продаж;

Ф3 – Нераспределенная прибыль / Чистая прибыль.

В данной факторной финансово-экономической модели устойчивого развития энергокомпании первый фактор отражает структуру капитала, уровень финансового левериджа энергокомпании, т. е. степень зависимости финансовой деятельности от привлеченных долгосрочных источников финансирования. Данный фактор характеризует финансовые риски энергокомпании и определяет потенциальную возможность влиять на финансовую политику энергокомпании путем изменения объема и структуры долгосрочных пассивов.

Второй фактор – рентабельность продаж. Чем выше рентабельность продаж по сравнению с прошлым периодом (значением данного показателя конкурирующей ОГК, со средней величиной показателя в отрасли), тем меньше выручка от продаж поглощается расходами.

Третий фактор – отношение нераспределенной прибыли к чистой прибыли энергокомпании характеризует то, как энергокомпания распоряжается полученными финансовыми результатами, что, в свою очередь, характеризует дивидендную и инвестиционную политику энергокомпании.

Предложенные факторы целесообразно объединить в одну финансово-экономическую модель с помощью балансирующих коэффициентов a_1 и a_2 .

a_1 = Собственный капитал / Краткосрочные обязательства;

a_2 = Краткосрочные обязательства / Долгосрочные обязательства.

Модель приобретает вид:

$Ф1 \cdot Ф2 \cdot Ф3 \cdot a_1 \cdot a_2$ = Нераспределенная прибыль / Выручка от продаж.

Таким образом, данная модель характеризует, какими темпами растет нераспределенная прибыль энергокомпании по сравнению с ростом выручки от продаж.

Достижение положительных результатов показателя устойчивого финансово-экономического развития энергокомпании будет свидетельствовать о стабильности ее деятельности в свете долгосрочной перспективы, степени ее финансового благополучия и об уровне финансовой устойчивости.

Представленная система показателей, характеризующая устойчивость финансового состояния энергокомпании, может стать основой для оценки финансового состояния, а также выявления предкризисных и кризисных точек у входящих в оптовую генерирующую компанию структурных подразделений, и подготовки на этой базе программ финансового оздоровления.

Практическая реализация комплексного финансово-экономического подхода к оценке устойчивости функционирования и развития энергокомпании требует принятия определенных организационных мер:

- создание единого отдела (подразделения, комитета) стратегического планирования на базе управляющей компании с прямым подчинением финансовому директору ОГК, создание единого центра НИОКР, инвестиционного подразделения, кадровой службы;

- введение эффективной системы бюджетирования для обеспечения финансовой консолидации ОГК, единых принципов и методов управленческого учета и отчетности;

- создание единого информационного пространства и достоверной информационной базы, содержащей совокупность производственно-технологических и финансово-экономических показателей энергокомпании;

- организация централизованного контроля за финансовыми потоками электростанций, входящих в структуру ОГК, вследствие их экстерриториальности;

- корректировка финансовой стратегии энергокомпаний в сторону формирования и использования долгосрочных источников финансирования;

- создание превентивной системы раннего обнаружения кризисных явлений и их предотвращения (привлечение внешних аудиторских фирм и создание служб внутреннего аудита финансово-хозяйственной деятельности);

- целенаправленная политика руководства оптовой генерирующей компании, направленная на формирование положительного имиджа ОГК с целью повышения инвестиционной привлекательности.

Предложенный комплексный финансово-экономический подход к оценке устойчивости функционирования оптовой генерирующей компании позволяет:

- использовать преимущества единого управления ОГК, обеспечивающие маневренность финансовых потоков энергокомпании;



– обеспечить финансовую прозрачность энергокомпании, что повышает инвестиционную привлекательность и способствует устойчивому развитию ОГК;

– создать эффективную систему финансового планирования, обеспечивающую положительную динамику финансово-экономических показателей и способствующих росту капитализации компании.

В заключении можно отметить, что реализация комплексного финансово-экономического подхода к оценке устойчивости функционирования и развития оптовой генерирующей компании позволяет усовершенствовать систему управления энергокомпанией и адаптировать ее к современным рыночным условиям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Борисов Е. И., Колибаба В. И.** Финансово-экономическая модель функционирования и развития энергокомпании. / Энергетик. № 6. 2000.

2. **Великороссов В. В.** Концепция совершенствования управления электроэнергетикой на базе регио-

нальных энергетических компаний / ИГЭУ. Иваново, 2000.

3. **Окороков Р. В.** Финансовая устойчивость электроэнергетических компаний: методы оценки и управления. СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2005.

Синельников В.А., Харченко О.Н.

РЕАЛИЗАЦИЯ МОДУЛЬНОГО ПРИНЦИПА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ВНУТРЕННЕЙ ОТЧЕТНОСТИ КОРПОРАЦИИ

В нормативных документах, регулирующих ведение бухгалтерского учета, а также в актах законодательства Российской Федерации о налогах и сборах отсутствуют специальные нормы, регламентирующие формирование отчетности (бухгалтерской, налоговой) корпорацией (юридическим лицом), в организационной структуре которой выделены обособленные подразделения на отдельный баланс. В специальной экономической литературе методика формирования внутренней бухгалтерской отчетности, применимая к экономическим субъектам со сложной организационной структурой, независимо от организационно-правовой формы и специфики, определяемой отраслью экономики и видами осуществляемой деятельности, в настоящее время отсутствует. Ряд авторов анализируют только организационно-экономические аспекты управления филиальной сетью организации [5] или правовое положение филиалов и представительств [8].

Соответственно, организации вынуждены самостоятельно разрабатывать систему ведения учета, состав показателей внутренней отчетности, порядок формирования внешней отчетности, исходя из требований, предъявляемых нормативными документами к порядку отражения хозяйственных операций на счетах бухгалтерского учета, формирования показателей бухгалтерской отчетности,

определения налоговых обязательств. Как показывает практика, в подавляющем большинстве случаев информация о совершенных хозяйственных операциях структурного подразделения обобщается в соответствующих регистрах бухгалтерской службой (или бухгалтером) подразделения, на основании которых формируется отчетность по показателям деятельности подразделения по стандартизированным формам внешней отчетности организации с применением различных разработочных таблиц. Указанная отчетность, являющаяся внутренней отчетностью компании, представляется в бухгалтерскую службу аппарата управления организации, где на ее основе формируется отчетность организации.

Указанный вариант ведения учета и формирования отчетности характеризуется:

– относительно невысокими материальными и трудовыми затратами на ведение бухгалтерского учета и формирование отчетности организации;

– возможностью ведения бухгалтерского учета в подразделениях с использованием различного программного обеспечения при применении компьютерной обработки данных либо вручную;

– оперативностью обработки первичных учетных документов;

– формированием на основании данных бухгалтерского учета отчетности о показателях

деятельности подразделения, на основании которой возможно оценить результаты хозяйственной деятельности подразделения;

- простотой формирования отчетности организации (путем суммирования соответствующих показателей отчетности подразделений с незначительным количеством корректировок отдельных показателей).

При данном подходе возможны различные ошибки, являющиеся следствием недостаточной квалификации специалистов, либо неоднозначной интерпретации совершенных хозяйственных операций с учетом того, что в ряде случаев перечни операций, приводимые в нормативных документах, регулирующих ведение бухгалтерского учета и составление бухгалтерской отчетности, а также в актах законодательства о налогах и сборах, являются открытыми, имеются противоречия между нормами различных правовых актов.

Поскольку группировка информации об операциях, совершенных подразделениями организации, осуществляется их бухгалтерскими службами, существует вероятность применения разного подхода при квалификации и обобщении информации, что при формировании отчетности в целом по хозяйствующему субъекту приведет к несопоставимости данных.

Авторами разработана методика формирования бухгалтерской и налоговой отчетности хозяйствующих субъектов, имеющих в своей организационной структуре подразделения, выделенные на отдельные балансы.

С учетом существующих на практике недостатков и разнообразия применяемых организациями подходов к формированию отчетности, при разработке универсальной методики были поставлены следующие задачи:

- обеспечить единообразие при формировании показателей отчетности в целом по предприятию;

- организовать контроль за правильностью отнесения подразделением совершенных хозяйственных операций к отчетной статье (показателю) или группе;

- осуществить контроль за соответствием показателей отчетности подразделения данным регистров синтетического учета подразделения;

- обеспечить возможность оперативного изменения классификации (порядка отражения в отчетности) для группы однотипных хозяйственных операций на стадии формирования отчетности организации без внесения дополнительных изменений в отчетность подразделений.

Для решения поставленных задач при разработке системы группировки показателей необходимо предусматривать возможность контроля правильности формирования отдельных показателей путем их взаимной увязки. Кроме того, с целью снижения документооборота и повышения надежности информации, используемой для расчета налоговых обязательств организации (формирования показателей налоговых деклараций), а также для статистической отчетности и управленческих нужд различных служб организации следует обеспечить на основе данных бухгалтерского учета:

- включение в применяемые формы дополнительных показателей, позволяющих использовать одну и ту же внутреннюю отчетную форму различным службам организации для указанных целей;

- проверку показателей налогового учета и различных данных экономических (плановых, финансовых) служб, сформированных по результатам деятельности организации за отчетный период.

Следует также учитывать, что состав информации отчетности за календарный год требует большего объема раскрытия и представления в аппарат управления сведений по подразделениям по сравнению с другими (промежуточными) отчетами.

Разработка методики формирования внутренней отчетности организации проведена авторами в части состава и объема информации, необходимой и достаточной для формирования основных форм внешней отчетности корпорации: Бухгалтерский баланс, Отчет о прибылях и убытках, Налоговая декларация по налогу на прибыль организаций.

Учитывая направленность внутренней отчетности корпорации на удовлетворение запросов различных категорий пользователей, построение надежной учетно-аналитической системы должно соответствовать заранее определенным критериям.

В своих работах авторы, анализирующие внутреннюю отчетность предприятия, выделяют различный набор требований, которым она должна соответствовать, обуславливая их целями и задачами управления [1, 2], содержанием факторов ценности учетно-аналитической информации в обеспечении безопасности и устойчивости организации [4] либо предъявляя к ней те же требования, которые необходимо выполнять при ведении бухгалтерского учета и составлении отчетности для внешних пользователей [6].

На наш взгляд, для наиболее полного удовлетворения информационных запросов внутренних

пользователей, одним из которых является обеспечение учетно-аналитической информацией, необходимой для формирования внешней отчетности корпорации, и с учетом поставленных выше задач является обязательным соответствие внутренней отчетности таким требованиям, как адекватное восприятие, документальная обоснованность, достоверность, единство, иерархическая закрытость, индивидуальная ответственность, информационная прозрачность, информационное управление, независимость, нейтральность, ориентация на результат, осмтрительность, открытая архитектура, полнота, правдивость, преемственность, приоритет содержания перед формой, рациональность, реальность, свобода от направления деятельности, своевременность, системность, соизмеримость, сравнимость, целостность, финансовый контроль.

При разработке методики авторами сделан акцент на требовании открытой архитектуры и возможности его реализации через модульный принцип построения внутренней отчетности. Такой подход позволяет изменять состав результатных показателей, добавлять какие-либо новые данные и/или формы к базовым показателям и формам внутренней отчетности в зависимости от целей и задач управления, не нарушая ее системности.

С учетом ограничений по составу и объему информации, указанных выше, авторами выделены 4 этапа (рис. 1).

В рамках первого этапа бухгалтерскими службами подразделений осуществляется формирование отчетных форм:

1) об остатках на начало и конец отчетного периода по счетам (субсчетам) бухгалтерского учета

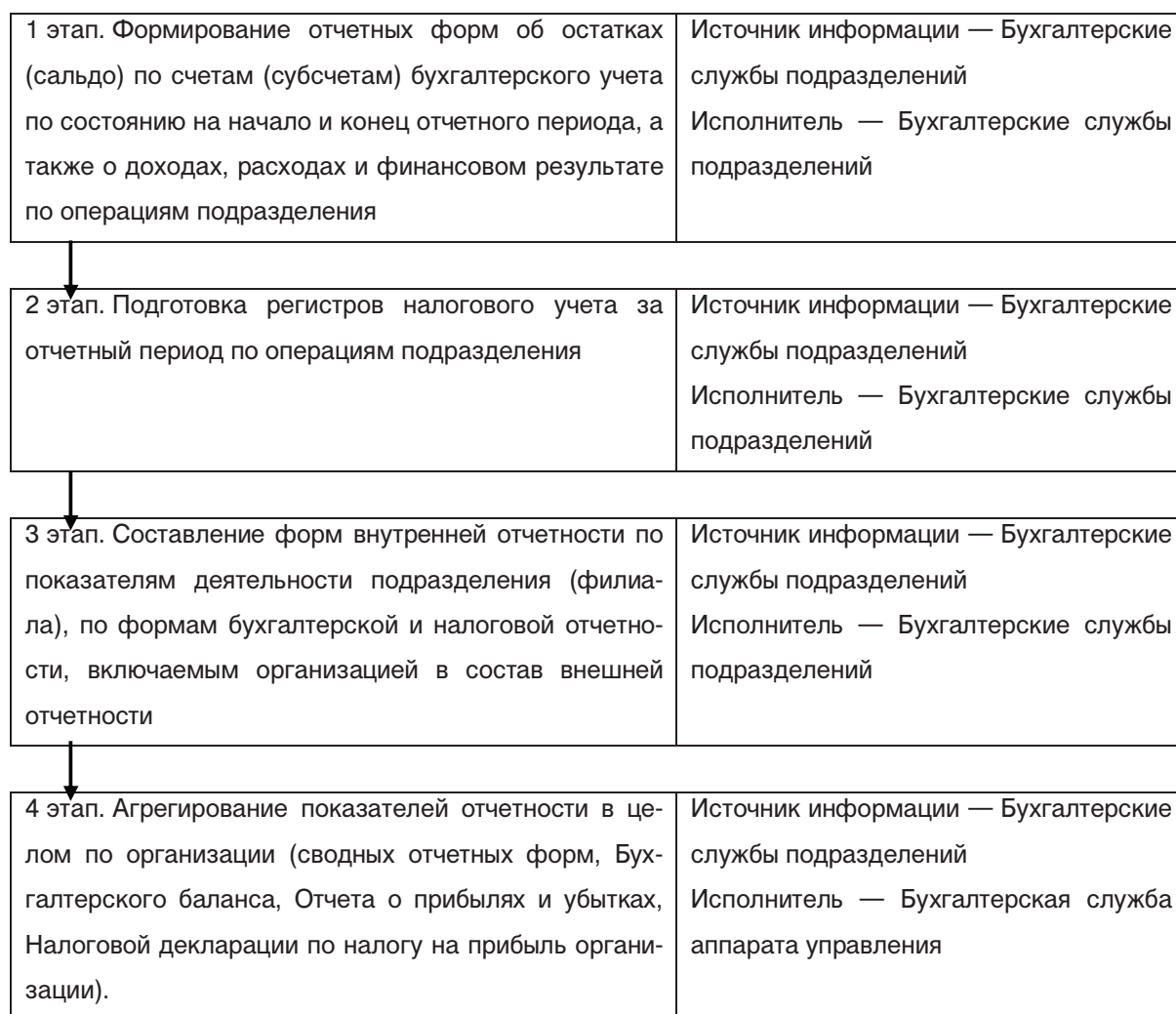


Рис. 1. Этапы формирования бухгалтерской и налоговой отчетности компаниями, имеющими в своей организационной структуре подразделения, выделенные на отдельные балансы

рабочего плана счетов, применяемого организацией, с выделением аналитических показателей, требуемых для удовлетворения информационных запросов внутренних пользователей;

2) о доходах и расходах по обычным видам деятельности по операциям подразделения (филиала), отраженным на субсчетах счета бухгалтерского учета 90 “Продажи” за отчетный период, в разрезе видов осуществляемой деятельности;

3) о прочих доходах и расходах по операциям подразделения (филиала), отраженным на субсчетах счета бухгалтерского учета 91 “Прочие доходы и расходы” за отчетный период, в разрезе видов признанных доходов и понесенных расходов;

4) о финансовом результате по операциям подразделения (филиала), отраженным на субсчетах счета бухгалтерского учета 99 “Прибыли и убытки” за отчетный период, в разрезе видов прибылей (доходов) и убытков (потерь, расходов).

В рамках второго этапа составляются следующие регистры налогового учета за отчетный период:

1) по операциям (доходам, расходам), порядок признания которых в налоговом учете не соответствует порядку, применяемому в бухгалтерском учете;

2) аналитические расшифровки, необходимые для расчета и детализации показателей налоговой декларации по налогу на прибыль;

3) регистры, обеспечивающие взаимную увязку показателей бухгалтерского и налогового учета согласно Положению по бухгалтерскому учету “Учет расчетов по налогу на прибыль” (ПБУ 18/02).

В рамках третьего этапа бухгалтерскими службами подразделений производится составление Бухгалтерского баланса, Отчета о прибылях и убытках, Налоговой декларации по операциям подразделения (филиала).

На заключительном, четвертом, этапе бухгалтерской службой аппарата управления на основе представленных структурными подразделениями данных формируется отчетность в целом по организации.

Необходимо отметить, что на стадии обработки информации и формирования отчетности по операциям подразделения (филиала) аппарат управления организации также рассматривается как подразделение организации и формирует отчетные формы по операциям, совершенным аппаратом управления и отраженным в учете бухгалтерской службой аппарата управления.

С учетом изложенного в рамках настоящего исследования выделены следующие три блока внутренней отчетности корпорации:

- блок 1 “Активы и обязательства”,
- блок 2 “Затраты и результаты финансово-хозяйственной деятельности”,
- блок 3 “Налоговые обязательства”.

Каждый блок внутренней отчетности ориентирован, в первую очередь, на составление соответствующей формы внешней отчетности корпорации. Этапы методики формирования бухгалтерской и налоговой отчетности организациями, имеющими в своей организационной структуре подразделения, выделенные на отдельные балансы, реализуются в рамках блока в зависимости от его целевого назначения.

Например, внутренняя отчетность блока 2 “Затраты и результаты финансово-хозяйственной деятельности” содержит обобщающую учетно-аналитическую информацию, характеризующую результаты деятельности каждого структурного подразделения корпорации, выделенного на отдельный баланс, в целом и в разрезе отдельных направлений, и предназначена для формирования формы внешней отчетности корпорации “Отчет о прибылях и убытках”.

В рамках указанного блока рекомендуется составление следующих форм внутренней отчетности:

- “Доходы и расходы подразделения по обычным видам деятельности” (форма № 2-01),
- “Прочие доходы и расходы подразделения” (форма № 2-02),
- “Прибыли и убытки подразделения” (форма № 2-03),
- “Отчет о прибылях и убытках подразделения” (форма № 2-04),
- “Отчет о прибылях и убытках корпорации” (форма № 2-05).

Включаемые в формы № 2-01, 2-02, 2-03 аналитические расшифровки доходов, расходов, прибылей и убытков подразделения за отчетный период предназначены для формирования показателей внешней отчетности корпорации – Отчета о прибылях и убытках, Налоговой декларации по налогу на прибыль организаций, контроля за правильностью формирования результатных показателей отчетности подразделения, удовлетворения иных информационных запросов.

Форма № 2-04 характеризует результаты деятельности и состояние структурного подразделения корпорации, выделенного на отдельный баланс, за отчетный период.



↔ – взаимодействие системы бухгалтерского и налогового учета при формировании форм внутренней отчетности

- — — ► – информационные потоки, обеспечивающие принятие управленческих решений

Рис. 2. Информационные потоки результатных учетных показателей форм внутренней отчетности корпорации

– изменения количества блоков форм внутренней отчетности исходя из потребности корпорации в результатных учетных показателях для решения поставленных задач.

Модульный принцип построения внутренней отчетности применительно к рассмотренным выше блокам реализуется через следующие возможности:

Для усиления контроля за полнотой и правильностью расчета показателей налоговых деклараций по другим налогам и сборам, помимо налога на прибыль организаций, возможна разработка соответствующих блоков внутренней отчетности, например, “Налоговые обязательства по налогу на добычу полезных ископаемых” или “Налоговые обязательства по налогу на добавленную стоимость”

либо включение дополнительных форм внутренней отчетности в блок 3 “Налоговые обязательства”.

Помимо задач, связанных с подготовкой внешней отчетности корпорации и контролем за ее достоверностью, при разработке внутренней отчетности корпорации необходимо учитывать информационные потребности внутренних пользователей.

Исходя из ориентации на пользователя информации, как правило, выделяют несколько видов учета: бухгалтерский, управленческий, финансовый, налоговый, оперативный, производственный и др., возможность и целесообразность интеграции которых рассматривается в многочисленных работах разными авторами [3, 7, 9, 10].

Авторами разработана схема информационного взаимодействия в рамках учетной системы корпорации, ориентированной на решение разноплановых задач, применительно к формам внутренней отчетности, включенным в рекомендованные выше блоки (рис. 2).

Поскольку формы внутренней отчетности, включенные в состав блоков, позволяют на основании данных бухгалтерского учета представлять результатные учетные показатели с детализацией, требуемой для решения различных управленческих задач, их применение различными службами экономического субъекта приведет к снижению документооборота, повышению качества информации и обоснованности принятых решений.

Авторами разработаны макеты форм внутренней отчетности по рассмотренным выше блокам и схемы взаимной увязки содержащихся в них результатных показателей.

Применение рассмотренной методики формирования внутренней отчетности корпорациями, в составе которых имеются выделенные на отдельные балансы подразделения, при незначительных финансовых затратах позволяет решить ряд задач:

- обеспечить единообразие при определении показателей внешней отчетности;
- повысить достоверность данных за счет усиления контроля над обоснованностью формирования результатных показателей по операциям подразделений и правильностью их отражения в учете;
- оперативно вносить изменения в бухгалтерскую и налоговую отчетность хозяйствующего субъекта на стадии ее формирования;
- структурировать финансовую информацию без дублирования показателей во внутренней отчетности.

Апробирование описанной методики, проведенное авторами в организациях различных отраслей экономики, в частности, на предприятиях дорожной отрасли, в геологоразведочных организациях, подтверждает ее универсальность, выражающуюся в возможности максимально учесть различные специфические задачи, стоящие перед экономическими субъектами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Адамов Н., Адамова Г. Внутренняя управленческая отчетность: принципы, виды и методы составления // Финансовая газета. Региональный выпуск. 2007. № 30.
2. Адамова Г.А. Сущность, особенности и методы подготовки внутренней отчетности в строительстве // Строительство: налогообложение, бухучет. 2007. № 3.
3. Альхамов О.Ф. Управленческий учет как инструмент управления торговым предприятием // Международный бухгалтерский учет. 2007. № 9.
4. Галузина С.М., Пупшис Т.Ф. Предпринимательская (управленческая) отчетность коммерческой организации: Учебно-практическое пособие. СПб.: Знание, 2006.
5. Глазунов Д.А. Организационно-экономические аспекты управления развитием филиальной сети организации. Дисс. ... канд. экон. наук. М., 2005.
6. Дорошенко О.М. Документооборот и внутренняя отчетность по операциям с ценными бумагами // Все для бухгалтера. 2007. № 2.
7. Макарьева В.И., Орлова Е.В. Практическое пособие по бухгалтерскому учету. М.: Налоговый вестник, 2002.
8. Перевалова И.В. Правовое положение филиалов и представительств по законодательству Российской Федерации. Дисс. ... канд. юрид. наук. Екатеринбург, 2005.
9. Подоляк Н. Интеграция бухгалтерского и управленческого учета // Финансовая газета. Региональный выпуск. 2007. № 45.
10. Фолькман Н.М., Юцковская И.Д. Осторожно: ERP-системы // Финансовые и бухгалтерские консультации. 2007. № 11.



Тихомиров Д. В.

АНАЛИЗ МОТИВОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРИ МЕЖДУНАРОДНЫХ СЛИЯНИЯХ И ПОГЛОЩЕНИЯХ В НЕСОВЕРШЕННОЙ РЫНОЧНОЙ СТРУКТУРЕ

Международные сделки по слияниям и поглощениям компаний (в английском варианте известные как **cross-border mergers and acquisitions**) в настоящее время играют значительную роль в международной экономике.

Процессы, происходящие на этом рынке можно анализировать, с одной стороны, на уровне государств, компании которых принимают активное участие в международном рынке **M&A** с целью выявления факторов деловой активности и последующего регулирования рынка в интересах конкретного государства или региона.

С другой стороны, интересен анализ мотивов самих компаний, выступающих участниками рынка, поскольку компания должны выбирать между стратегией *органического роста* (**organic growth**) или выхода на рынок **M&A** (**external growth**).

Вопрос о мотивах является одним из наиболее важных при оценке целесообразности сделок и даже при оценке стоимости фирмы в целях **M&A**, поскольку уже на этапе четкого определения мотива сделки может решаться вопрос о ее целесообразности. При этом на практике и в экономической литературе известны так называемые *сомнительные* мотивы сделок **M&A**, **осуществление сделок** при которых не ведет к каким-либо выгодам для участников сделки.

На практике конкретными мотивами, побуждающими компании к совершению сделок **M&A** традиционно считаются следующие мотивы.

Одним из наиболее распространенных является мотив приобретения компании в том случае, если она "*недооценена*" на финансовом рынке. При этом речь идет именно о публичных компаниях, акции которых котируются на бирже или внебиржевых торгах. Выгодой для покупателя служит разница между потенциальной стоимостью компании при адекватной ее оценке фондовым рынком и ценой сделки. Данный мотив в случае взвешенного подхода к определению адекватной цены акций при устранении конъюнктурных негативных факторов и заключения сделки не представляет собой теоретических сложностей при анализе целесообразности сделки. Для того чтобы убедиться, что компания действительно может быть приобретена за меньшую сумму, чем ее настоящая стоимость, необходимо самостоя-

тельно произвести ее оценку – например, методом дисконтирования ожидаемых денежных потоков или, более экономично, применяя сравнительный подход. При этом не требуется сложных вычислений, т.к. это только предварительный этап, и если оказывается, что действительно существуют ощутимые выгоды, можно провести более детальный анализ с привлечением внешних оценщиков, консультантов.

Мотив *диверсификации*, при котором теоретически достигаются сокращение риска, стабилизация доходов, на практике в большинстве случаев, напротив, приводит к увеличению рисков в результате снижения управляемости и прозрачности объединенной компании. Признано, что значительно более выгодной является диверсификация инвестором своих вложений, чем предприятием своей деятельности в силу затрат на диверсификацию.

Однако *диверсификация во времени* может быть достаточно привлекательной для компании-инициатора – например, если бизнес компании-инициатора является сезонным, то можно выбрать компанию-цель со стабильным оборотом в течение года. Диверсификация как мотив для **M&A** выгодна в случаях частного бизнеса и тогда, когда менеджмент компании имеет в ней значительную долю собственности.

Серьезным и оправданным мотивом сделок различного уровня служит возможность получения *синергического* эффекта. Синергетический эффект представляет собой потенциальную дополнительную стоимость, возникающую в результате объединения.

Если целью сделки является достижение синергетического эффекта, то следует заметить, что возможны различные варианты его получения в зависимости от его типа (детально рассмотрено в следующей главе работы). Так, если предполагается экономия от эффекта масштаба, то фирма-цель должна иметь схожий бизнес, структуру, политику. Если предполагается операционная синергия от расширения бизнеса, компания-цель должна иметь более сильные позиции на рынке. Аналогично производится выбор компании при расчете снизить налоговые выплаты, увеличить кредитоспособность, получить оборотные средства.

Мотив монополии – устранения конкурентов подразумевает стремление компании, инициирующей сделку, к увеличению своего влияния на рынке. Поглощаемая компания в результате поглощения перестает быть конкурентом, а в ряде случаев и приобретается с целью последующего закрытия. При оценке целесообразности сделки необходимо учитывать этот мотив, даже если он не является решающим. То есть в тех случаях, когда сделка не имеет своей целью устранения конкурентов, в анализ ее целесообразности можно заложить тенденцию к прогрессивному увеличению выпуска и сбыта продукции, а также цены на реализуемую продукцию. Такие сделки не всегда осуществимы, т. к. находятся под вниманием антимонопольных органов, однако при построении модели в практической части данное ограничение не принимается во внимание, так как законодательные аспекты сделок выходят за рамки данного исследования. С другой стороны, необходимо обратить внимание на высказанный нами тезис в начале работы о том, что горизонтальные М&А, не предполагающие концентрации производства, сбыта, других функций, часто могут приводить к разводнению бизнеса и, таким образом, отрицательно влиять на стоимость компании.

Мотивом и конечной целью сделки М&А могут быть также демонстрация оптимистических финансовых показателей в краткосрочном периоде, манипулирование отчетными данными с помощью технических приемов, достижение повышения курса акций, а следовательно, и компании в целом (*финансовое манипулирование ожиданиями инвесторов*). Однако в долгосрочном периоде происходит обратный процесс – снижение финансовых показателей, падение курсов акций.

Приобретение компании с *неэффективным менеджментом* по своей природе имеет схожие мотивы с покупкой недооцененной компании – отличие при этом лишь в том, что в первом случае субъективным фактором, приводящим к превышению потенциальной стоимости компании над реальной стоимостью, служит неэффективное управление, а во втором – конъюнктура фондового рынка и прочие субъективные факторы.

Личные мотивы менеджеров являются решающими во многих сделках М&А, **несмотря на то**, что формально могут быть представлены другие мотивы. Поскольку данный мотив по своей природе не приводит к увеличению выгод иницилирующей стороны, в рамках данной работы не предполагается его рассмотрение.

Как известно, в большинстве случаев наибольшую выгоду от сделок получают акционеры компании-цели. Это происходит как в результате самой сделки, когда они получают премию за приобретение их компании, так и в предшествующий период, когда их акции дорожают. При успешном слиянии общая выгода держателей акций составляет 20–30 % от первоначальной стоимости.¹

Поэтому необходимо анализировать целесообразность мотивов и условия получения выгоды от сделки при выборе между внутренним (органическим) ростом и внешним (выходом на рынок М&А).

Далее мы попытаемся рассмотреть три первых мотива во взаимосвязи, т.е. ситуацию, когда объединенная компания стоит перед выбором внешнего или внутреннего развития и, в случае выбора стратегии выхода на рынок М&А, в результате сделки:

- становится более диверсифицированной;
- монополизировать часть рынка или вступает на рынок другого государства, характеризующийся несовершенной рыночной структурой;
- прогнозирует получение синергических эффектов в результате сделки.

Детализируя задачу, мы с помощью модели дуополии Курно рассмотрим компанию, которая предполагает:

- выход на товарный рынок другого государства (при этом будет достигаться эффект диверсификации, т. к., по крайней мере, можно достичь сокращения страновых рисков или уменьшить общий риск);
- товарный рынок этого государства характеризуется несовершенной структурой, в нашем случае – дуополией. Несмотря на то, что данное предположение упрощает модель и вносит существенную теоретизацию, несовершенные рыночные структуры могут быть характерны для международных слияний и поглощений, в которых участвуют крупные корпорации;
- выбирает между осуществлением прямых инвестиций (сценарий С) и приобретением (слиянием, поглощением) другой компании;
- в рамках приобретения другой компании она также находится перед выбором между:

- компанией 2 с относительно неэффективным менеджментом и неэффективными технологиями (премия за контроль при этом д.б. незначительной,

¹ Damodaran, A. Investment valuation. Second edition // [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.damodaran.ru. Глава. 25, с.5



но и синергические эффекты также не столь велики) – сценарий А,

- и компаний 1 с более эффективным менеджментом и эффективными технологиями (при этом будет выплачена большая премия за контроль, но компания сможет достичь значительных синергических эффектов) – сценарий В.

Несмотря на то, что для оценки стоимости компании, анализа целесообразности сделки, оценки синергии обычно рассматриваются денежные потоки компании, в данном случае мы будем полагаться на предпосылку микроэкономической теории о максимизации прибыли компанией как главной цели функционирования. Таким образом, мы будем рассматривать прибыль как критерий целесообразности сделки.

Для того, чтобы оценить предполагаемую сделку, необходимо предварительно остановиться на характеристиках двух компаний – объектов приобретения.

Необходимо определить, в рамках какой из моделей дуополии будет рассматриваться деятельность компаний – Курно или Бертрана (наиболее простые модели олигополии).

В модели Бертрана компании конкурируют между собой посредством цен на сходную продукцию. Данная модель не применима для рассматриваемой ситуации, поскольку одна компания, выпуская однородный товар с меньшими затратами (по условию, вследствие различий в технологиях), просто вытеснит вторую компанию с рынка.

В модели Курно компании конкурируют между собой посредством изменения объемов выпускаемой продукции.

Итак, предположим, в государстве присутствуют две компании, производящие однородный продукт Q,

$$c(q_1) = c_1 * q_1, \quad (1)$$

$$c(q_2) = c_2 * q_2. \quad (2)$$

Также предположим, что компания 1 является более эффективной с точки зрения применяемых технологий и управления, чем компания 2, следовательно:

$$c_1 < c_2. \quad (3)$$

Функция рыночного спроса в государстве на товар Q характеризуется следующей функцией:

$$P = a - b * (q_1 + q_2). \quad (4)$$

Для упрощения предположим:

$$b = 1, \Rightarrow P = a - q_1 - q_2 \quad (5)$$

Выпуск, максимизирующий прибыль, для каждой из компаний в таком случае будет равен:

$$q_1 = 1/3 * (a - 2c_1 + c_2) \quad (6)$$

$$q_2 = 1/3 * (a - 2c_2 + c_1) \quad (7)$$

Учитывая, что

$$c_1 < c_2, q_1 > q_2 \quad (8)$$

Общий выпуск в таком случае будет равен:

$$Q = 1/3 * (2a - c_1 - c_2) \quad (9)$$

Подставляя выражение (9) в (5), получим:

$$P = a - 1/3 * 2a + c_1/3 + c_2/3 = 1/3 * (a + c_1 + c_2) \quad (10)$$

Несмотря на то, что анализ влияния рыночной структуры и сделки M&A на общественное благосостояние не является предметом статьи, отметим, что согласно выражениям (9) и (10), выпуск в дуополии будет меньше, а цены выше, чем при совершенной конкуренции.

Прибыль ($Pr = Q * (P - c)$) каждой компании при этом можно будет выразить как:

$$Pr_1 = 1/3 * (a - 2c_1 + c_2) * (1/3 * (a + c_1 + c_2) - c_1) = 1/9 * (a - 2c_1 + c_2)^2 = q_1^2 \quad (11)$$

$$Pr_2 = 1/9 * (a - 2c_2 + c_1)^2 = q_2^2. \quad (12)$$

Теперь перейдем к рассмотрению характеристик компании-инициатора сделки и их влиянию на оценку целесообразности сделки и стоимости компании.

Предположим, компания-инициатор обладает более эффективным менеджментом и технологиями, чем компании-цели, следовательно:

$$c_2 > c_1 > c_3. \quad (13)$$

При этом, поскольку компания-инициатор и компания 1 являются предполагаются высокоэффективными, разница между себестоимостью их продукции не столь велика, как разница между себестоимостью продукции компании 1 и 2.

Помимо этого, необходимо учесть и включить в модель дополнительные затраты, которые компания понесет в случае расширения на внешнем рынке (как за счет внутреннего роста, т. е. прямых инвестиций, так и за счет внешнего роста путем слияний, поглощения):

- маркетинговые затраты (m). Очевидно, что затраты на маркетинг и продвижение товара в случае прямых инвестиций (сценарий С) в иностранном государстве должны оказаться выше, чем в случае приобретения готового бизнеса (сценарии А и В). Предположим, затратами на маркетинг в сценариях А и В можно пренебречь:

$$m_c > 0, m_a = m_b = 0; \quad (14)$$

- адаптационные издержки (d), связанные с приспособлением самого бизнеса (в сценариях А и В) и производимого товара (только в сценарии А) к новому рынку.

$$d_a > d_b > 0, d_c = 0. \quad (15)$$

- премия за приобретение (u), которую целесообразно уплатить только в сценарии А.

С другой стороны, компании смогут при определенных условиях достичь синергических

эффектов (s), что может, при превышении описанных выше затрат привести к целесообразности сделки.

Поскольку все три упомянутых выше вида затрат являются единовременными, для определения ежегодного значения прибыли и денежного потока их можно представить в виде r_m, r_d, r_u , где r – ставка заемного капитала, который компания привлекла для осуществления сделки или могла инвестировать в другие проекты.

Перейдем к рассмотрению каждого из сценариев в отдельности и дадим сравнительный анализ их целесообразности.

Сценарий А (объединение с компанией с относительно неэффективным менеджментом и неэффективными технологиями – компанией 2).

Количества, максимизирующие прибыль оставшихся компаний 1 и 3, соответственно равны:

$$q_1 = 1/3 * (a - 2c_1 + c_3) \quad (16)$$

$$q_3 = 1/3 * (a - 2c_3 + c_1) \quad (17)$$

Учитывая, что

$$c_1 > c_3, q_1 < q_3 \quad (18)$$

Общий выпуск в таком случае будет равен:

$$Q = 1/3 * (2a - c_1 - c_3) \quad (19)$$

$$P = 1/3 * (a + c_1 + c_3) \quad (20)$$

При этом можно убедиться, что выпуск продукции будет выше, а цена ниже, чем в ситуации до объединения – ср. выражения (9), (10).

$$Pr_1 = 1/9 * (a - 2c_1 + c_3)^2 = q_1^2 \quad (21)$$

$$Pr_3 = 1/9 * (a - 2c_3 + c_1)^2 - rd_A = q_3^2 - rd_A + rs_A \quad (22)$$

В этом сценарии, скорее всего, компании окажутся в следующем положении, по сравнению с положением до осуществления сделки:

- компания 1 будет получать меньшую прибыль, так как будет производить то же или меньшее количество продукции (т. к. меньше отвечает технологическим требованиям, чем компания 3) по снизившимся ценам в результате повышения общего объема выпуска, который поглощается компанией 3;

- компания 2 прекратит свою деятельность;

- компания 3 – единственная компания, которая может получить прибыль большую, чем до осуществления сделки, но для этого, как следует из выражения (22), значение ежегодно получаемой синергии rs_A и выгода от увеличения объема выпуска должно быть больше чем адаптационные затраты и потеря прибыли от снижения цен.

Сценарий В (объединение с компанией с относительно эффективным менеджментом и эффективными технологиями – компанией 1).

$$q_2 = 1/3 * (a - 2c_2 + c_3) \quad (23)$$

$$q_3 = 1/3 * (a - 2c_3 + c_2) \quad (24)$$

Учитывая, что

$$c_2 > c_3, q_2 < q_3 \quad (25)$$

Общий выпуск в таком случае будет равен:

$$Q = 1/3 * (2a - c_2 - c_3) \quad (26)$$

$$P = 1/3 * (a + c_2 + c_3) \quad (27)$$

При этом можно убедиться, что выпуск продукции будет выше, чем в ситуации до объединения – ср. выражение (9), но ниже, чем в сценарии А.

Цена, напротив, будет ниже, чем в ситуации до объединения – ср. выражение (10), но выше, чем в сценарии А.

$$Pr_2 = 1/9 * (a - 2c_2 + c_3)^2 = q_2^2 \quad (28)$$

$$Pr_3 = 1/9 * (a - 2c_3 + c_2)^2 - rd_B - u + rs_B = q_3^2 - rd_B - u + rs_B \quad (29)$$

В этом сценарии, скорее всего, компании окажутся в следующем положении, по сравнению с положением до осуществления сделки:

- компания 2 будет получать меньшую прибыль, так как будет производить то же или меньшее количество продукции (т. к. является неэффективной с точки зрения технологий и управления) по снизившимся ценам в результате повышения общего объема выпуска, который поглощается компанией 3;

- компания 1 прекратит свою деятельность;

- компания 3 – единственная компания, которая может получить прибыль большую, чем до осуществления сделки, но для этого, как следует из выражения (29), значение ежегодно получаемой синергии rs_A и выгода от увеличения объема выпуска должно быть больше чем адаптационные затраты, премия за приобретение контроля над компанией 1 и потеря прибыли от снижения цен.

Сценарий С (осуществление компаниями 3 прямых инвестиций).

В случае, когда компания-инициатор осуществляет прямые инвестиции, объемы выпуска каждой компании будут представлены следующими зависимостями:

$$q_1 = 1/4 * (a - 3c_1 + c_2 + c_3) \quad (30)$$

$$q_2 = 1/4 * (a - 3c_2 + c_1 + c_3) \quad (31)$$

$$q_3 = 1/4 * (a - 3c_3 + c_1 + c_2) \quad (32)$$

Принимая во внимание выражение (13), можно сделать вывод о том, что объемы выпуска компаний будут распределены следующим образом:

$$q_1 < q_2 < q_3 \quad (33)$$

Компании 1 и 2 в результате прихода на рынок компании 3 будут производить меньший объем выпуска, чем в предыдущих сценариях (вывод этого положения оставим за рамками данной статьи).

Совокупный объем выпуска и цена на рынке после выхода компании 3 на рынок может быть равна:

$$Q = 1/4 * (3a - c_1 - c_2 - c_3) \quad (34)$$

$$P = 1/4 * (a + c_1 + c_2 + c_3) \quad (35)$$

Принимая во внимание (3), можно доказать, что цена будет ниже, а объем выпуска выше, чем в сценариях А и В.

$$Pr_1 = 1/16 * (a - 3c_1 + c_2 + c_3)^2 = q_1^2 \quad (36)$$

$$Pr_2 = 1/16 * (a - 3c_2 + c_1 + c_3)^2 = q_2^2 \quad (37)$$

$$Pr_3 = 1/16 * (a - 3c_3 + c_1 + c_2)^2 - gm = q_3^2 - gm_c \quad (38)$$

Анализируя компоненты прибыли компаний 1 и 2, можно сделать вывод о том, что их прибыли будут меньше, чем в сценариях А и В.

При рассмотрении каждого из трех сценариев мы делали выводы о возможном их влиянии на объемы выпуска, цены и прибыли компаний-участников рынка, на основе чего можно оценить целесообразность реализации того или иного сценария исключительно с позиции компании-инициатора сделки. Прибыль компании 3 в каждом из сценариев будет описываться следующей зависимостью:

$$Pr_3^A = 1/9 * (a - 2c_3 + c_1)^2 - rd_A = q_3^2 - rd_A + rs_A \quad (39)$$

$$Pr_3^B = 1/9 * (a - 2c_3 + c_2)^2 - rd_B - u + rs_B = q_3^2 - rd_B - u + rs_B \quad (40)$$

$$Pr_3^C = 1/16 * (a - 3c_3 + c_1 + c_2)^2 - gm = q_3^2 - gm_c \quad (41)$$

Сравнивая первые части выражений (39) и (40), и принимая во внимание выражение (3),

можно утверждать, что объем выпуска значительно выше в сценарии В, чем в А (значительно, поскольку разрыв между c_1 и c_2 больше, чем между c_2 и c_3). В свою очередь, сравнивая первые части выражений (39) и (41), и принимая во внимание выражение (13), с помощью алгебраических преобразований можно сделать вывод, что объем выпуска будет выше в сценарии А, чем в С при условии, что $c_2 < 1/3 * (a + c_1 + c_3)$, т. е. c_2 должно быть существенно выше чем c_1 и c_3 , что и предполагалось в условии.

Таким образом, вероятнее всего, объемы выпуска, будучи главными факторами прибыли в данном примере, распределятся следующим образом:

$$q_b > q_a > q_c \quad (42)$$

Таким образом, при признании остальных компонентов стоимости незначительными по сравнению с компонентами объема, можно было бы утверждать, что наиболее целесообразной для компании-инициатора сделки будет выбор сценария В, т. е. объединение с компанией с эффективным менеджментом и технологиями.

Итоговые же выводы о целесообразности выбора того или иного сценария зависят от значения остальных компонентов: адаптационных затрат, затрат на маркетинг, премию за контроль и возможности получения синергических эффектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Damodaran A. Investment Valuation. Second edition // [Электронный ресурс] / Режим доступа : www.damodaran.ru

2. Gorg H. Analyzing foreign market entry: the choice between Greenfield investment and Acquisitions / H. Gorg // Trinity Economic paper series. Dublin: Trinity college. Department of economics. 98/1.

Мисаков А.В., Абдулкадырова М.А., Басаев И.Б.

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК

Разработка комплексных мер, направленных на совершенствование организации аналитической деятельности на предприятии, предполагает предварительную систематизацию направлений такого совершенствования, определяемых в результате оценки эффективности организации анализа. Таким образом, нужны методы количес-

твенной оценки, которые позволяли бы зафиксировать существующее состояние, определить рубежи развития и выбрать наиболее эффективные пути совершенствования организационной основы анализа [1, 5].

В литературе вопросы оценки организационного уровня анализа исследованы не достаточно.

Поэтому, исследуя данную проблему, мы попытались исходить из соответствующих разработок в области управления. Однако, как показало изучение, задача создания методики оценки уровня организации управления, отвечающей современным требованиям, несмотря на многолетние усилия ученых и практиков, остается нерешенной. В некоторых литературных источниках и методических положениях, разработанных различными организациями, рекомендован ряд критериев и показателей оценки, имеются предложения о методах определения экономической эффективности управления в целом отдельных сторон управленческой деятельности, прежде всего, исходя из настоятельной потребности практики, по оценке эффективности АСУ управленческих решений [2, 3, 6]. Сколько-нибудь законченная, практически приемлемая методика оценки эффективности управления, а тем более уровня его организации, до сих пор отсутствует. Проблема оценки экономической эффективности организации управления приобрела сейчас особую актуальность из-за разработки организационных проектов, являющихся важным направлением системного подхода к совершенствованию организации управления [5].

Разработка любого метода предполагает решение задач на двух уровнях – методологическом (теоретическом) и методическом. Определение отправных методологических положений должно предшествовать разработке конкретных методик [5, 6].

Методологическое обоснование оценки организационного уровня анализа должно основываться на решении ряда серьезных вопросов. Первый из них – определение понятия организации экономического анализа. Отсутствие единого мнения на этот счет серьезно затрудняет разработку системы показателей, характеризующих организацию экономического анализа на предприятии. Второй вопрос – выбор критерия совершенства организационной основы анализа. Иначе говоря, необходимо установить, что является мерой совершенства. Третий вопрос – определение требований к системе показателей и разработка показателей оценки организационного уровня аналитической деятельности. Четвертый вопрос – выбор методов проектирования организации анализа.

При выборе критерия совершенства организационной основы анализа предлагается исходить из следующего. Основываясь на подготовке проектов “предприятия будущего”, следует неизбежно ожидать совершенствования организации управления до уровня, требуемого для эффективного

функционирования “предприятия будущего”. Это будет концептуальная (желаемая, идеальная) модель организации управления на “предприятии будущего”, имеющая определенную потребность в аналитической информации, удовлетворить которую способна концептуальная модель организации анализа.

Основная идея создания концептуальной модели анализа состоит в том, чтобы, опираясь на знание закономерностей его развития, создать модель идеального состояния. Исходным для этой работы является ясность в постановке задачи: чему должна служить рассматриваемая модель, в чем заключается содержание ее функционирования, к чему она должна стремиться в своем развитии? В этом смысле концептуальная модель анализа строится для максимального удовлетворения потребностей управления в аналитической информации. Эта общая цель трансформируется в виде конкретных требований к организации анализа и отдельным ее элементам. Некоторые параметры модели можно выразить численно. Но в целом на данном начальном этапе разработки эта модель может носить только описательный характер.

При обосновании системы оценочных показателей организационного уровня аналитической деятельности представляется необходимым исходить из целей их применения. Оценка должна проводиться не только для определения направлений его совершенствования. Зачастую оказывается, что потенциальные возможности организации анализа на предприятии на деле не реализуются. Данное обстоятельство обуславливает необходимость выделения двух моделей реального состояния организации анализа: проектируемой, опирающейся на действующие в рамках конкретного предприятия нормы, инструкции и положения по экономическому анализу, и фактической, отражающей сложившееся положение. Надо отметить, что и эти модели нельзя в настоящее время в полной мере оценивать количественно. И они из-за недостаточной изученности данной проблемы вынуждены быть частично описательными.

При сравнении характеристик фактического состояния организации анализа с проектируемой моделью могут выявляться недостатки организации аналитической работы на предприятии. По мере развития стандартизации экономического анализа, т. е. с узакониванием его организационных элементов, проектируемая модель организации анализа заменяется стандартной, и уже относительно этой (стандартной) модели выявляются недостатки фактического состояния организации.



Если результаты оценки не способствуют установлению конкретных путей и способов дальнейшего повышения организационного уровня анализа, то его измерение теряет смысл. Если количественная оценка состояния организации экономического анализа не увязана с его качественными характеристиками, т. е. с его результативностью – вскрытием резервов и разработкой мероприятий по их реализации, если не будут оценены экономические последствия повышения организационного уровня анализа, т. е. если предприятие не будет знать, хотя бы приблизительно, величины ожидаемого эффекта от повышения уровня и требуемых для этого повышения затрат, то измерение организационного уровня, не стимулируемое экономической необходимостью, превратится в дополнительную нагрузку, не обеспечивающую действительное повышение качества аналитической деятельности на предприятии [5, 7].

Таким образом, при количественной и качественной оценке состояния организации анализа необходимо:

- 1) путем сравнения проектируемой модели с концептуальной определять направления совершенствования организации экономического анализа;
- 2) путем сравнения фактического состояния с проектируемым выявлять недостатки в организации анализа и мероприятия по повышению ее уровня;
- 3) оценивать экономические последствия изменения уровня организации анализа;
- 4) определять степень участия отдельных лиц в повышении эффективности проведения экономического анализа для их вознаграждения.

Вышесказанное, а также критическое осмысление теории и практики оценки организационной деятельности некоторых систем, в том числе и организации управления, позволили выработать следующие требования, которым должна отвечать система показателей организации анализа:

отражать сущность и содержание, цели и задачи оценки; быть способной адаптироваться к изменяющимся условиям развития экономического анализа в соответствии с требованиями к дальнейшему совершенствованию управления;

обеспечивать выявление и использование резервов совершенствования организации анализа;

соответствовать основным направлениям совершенствования организации анализа;

обеспечивать всестороннюю оценку состояния организации анализа;

обеспечивать получение достоверной количественной и качественной оценки уровня организации анализа; основываться на достаточно представительной информации.

На основании перечисленных показателей можно вывести обобщающий показатель по данному организационному вопросу – удельный вес принимающих решение лиц, полностью обеспеченных необходимой аналитической информацией.

Следующий по значимости организационный элемент раскрывается при ответе на вопрос о том, с помощью каких средств проводятся аналитические расчеты? Данный вопрос подразумевает использование технических средств, а также электронно-вычислительных машин при решении аналитических задач. Особое его значение обусловлено тем, что применение компьютерной техники (КТ) в корне меняет организацию экономического анализа, его эффективность. По рассматриваемому организационному элементу нами предлагаются следующие показатели.

Прежде всего, наличие или отсутствие подсистемы экономического анализа в АСУП; данную характеристику можно использовать лишь в концептуальной модели (при определении направления совершенствования анализа в условиях АСУ) ввиду неподготовленности процесса экономического анализа на данном этапе его развития к полной автоматизации.

Показателем, более определенно оценивающим степень совершенства данного организационного элемента, является удельный вес аналитических задач, решаемых с помощью КТ, в общем их объеме, определенном в комплексной программе аналитической работы на предприятии. Сравнение этого показателя с соответствующим показателем концептуальной модели (в настоящее время трудно установить действительный перечень задач анализа, могущий быть автоматизированным в перспективе) даст возможность установить направления дальнейшей автоматизации аналитических задач. В систему показателей на данном этапе мы считаем возможным включить более узкую характеристику уровня автоматизации: удельный вес решаемых на предприятии с помощью КТ аналитических задач в полном перечне задач анализа для решения их на КТ, представленных в проектируемой модели. Для расчета этого показателя имеется необходимая информация.

Следующий организационный элемент заключается в вопросе: что надо сделать для выполнения поставленной перед экономическим анализом

задачи? Ответ на данный вопрос предполагает определение обеспеченности аналитической работы руководящими материалами и источниками информации.

Речь идет, в частности, о наличии и составе положения об организации анализа на предприятии. В настоящее время на предприятиях пищевой промышленности АПК Кабардино-Балкарской Республики такие положения, представляющие по своей сути проектную модель организации аналитической работы, как правило, не разрабатываются. По нашему мнению, указанные положения необходимы. В них должны найти отражение не только проектируемые параметры организации анализа, но и конкретные мероприятия по их достижению.

В этой связи предлагаются такие показатели организационного уровня: наличие положения об организации анализа на предприятии; охват положением типовых организационно-методических вопросов проведения экономического анализа.

Далее, использование в экономическом анализе плановой информации предполагает оценку напряженности плановых показателей, базирующейся на научно обоснованных нормативах. Таким образом, следующим показателем организации анализа должен служить удельный вес научно обоснованных норм и нормативов, а также напряженных плановых показателей в их общем числе.

Важным показателем данного организационного элемента экономического анализа является проверка доброкачественности используемой при анализе информации, основными параметрами которой являются точность – (при округлении) и достоверность (отсутствие механических и других видов ошибок). Проверка качества информации должна предшествовать осуществлению экономического анализа как такового, так как некачественная информация сводит на нет всю аналитическую работу, основанную на ней.

Основной характеристикой данного организационного вопроса, думается, следует считать своевременность представления аналитической информации. Ведь невыполнение сроков ее представления лицам, принимающим решение, значительно снижает действенность анализа, а нередко делает несвоевременно представленную информацию бесполезной. Указанная характеристика принимает значение конкретного показателя в зависимости от вида проводимого анализа, а также от срока представления аналитической информации, установленного в плане экономичес-

кого анализа по каждому исполнителю (отделу) в отдельности.

Наличием самостоятельного подразделения или лица, ответственного за проведение аналитической работы на предприятии, не исчерпывается рассматриваемый организационный вопрос. Кроме того, экономический анализ осуществляют и другие функциональные службы (планово-экономический отдел, отдел труда и заработной платы, бухгалтерия, финансовый отдел и другие исполнители). Как уже отмечалось, в комплексной программе анализа помимо перечня аналитических задач, подлежащих решению, указываются также и их исполнители. То есть должно быть проведено такое разбиение представленного круга задач анализа, которое позволило бы закрепить за службами и другими отдельными исполнителями задачи, соответствующие их функциональной направленности. Для развития комплексной программы аналитической деятельности предприятия каждый отдел, как нам представляется, должен составить свой план аналитической работы. Это позволит избежать дублирования при проведении экономического анализа на предприятии, повысить ответственность отделов в качественном проведении анализа, а также даст возможность устанавливать конкретных виновников низкокачественной аналитической информации.

Для определения характеристик в данном случае мы исходили из следующего. Думается, что оценка состояния организации анализа на предприятии должна выявлять не участие того или иного отдела в аналитической деятельности предприятия, а выполнение лицом (отделом) возложенных на него обязанностей в области анализа. В этой связи характеристиками, относительно которых оценивалась бы деятельность исполнителей экономического анализа, нами принимаются: наличие плана аналитических работ в отделе; удельный вес решенных отделом аналитических задач в общем их количестве, определенном комплексным планом.

Для отдельных исполнителей, не имеющих своего плана аналитических работ, характеристикой, оценивающей их аналитическую деятельность, будет удельный вес решенных задач анализа в общем их количестве, определенных для данного исполнителя в комплексной программе анализа.

Важной характеристикой данного организационного вопроса является квалификационный состав исполнителей. Очевиден тот факт, что чем



выше квалификация исполнителей, тем выше качество представляемой ими информации.

Проведенный нами анализ организационных элементов аналитической деятельности позволил определить систему показателей, оценивание которых дает возможность установить причины существующих недостатков в организации экономического анализа на предприятии, а также выбирать конкретные пути и способы повышения организованности аналитической деятельности.

Подводя итог изложенному, можно сказать, что оценка уровня организации анализа позволяет установить отдельные мероприятия и их группы, которые в данный период имеют для предприятия первостепенное значение. Планомерное, последовательное проведение мероприятий по совершенствованию организации анализа дает возможность устранить имеющиеся недостатки и в дальнейшем обеспечит гармоничное развитие его организационных элементов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Андрейчиков А.В.** Анализ, синтез, планирование решений в экономике. М.: Финансы и статистика, 2002. 198 с.
2. **Баканов М.И., Шеремет А.Д.** Теория экономического анализа. М.: Финансы и статистика, 2003. 186 с.
3. **Карасев А.И., Кремер Н.Ш.** Математические методы и модели в планировании. М.: Экономика, 2003. 274с.
4. **Логика и теория познания:** Сб. Ленингр. Ун-та. Л., 1990. 223 с.
5. **Панков В.В.** Анализ и оценка состояния бизнеса: методология и практика. М.: Финансы и статистика, 2005. 227 с.
6. **Фатхутдинов Р.А.** Разработка управленческого решения. М.: Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2002. 208с.
7. **Экономическая стратегия фирмы /** Под ред. А.П. Градова. СПб.: Спец. литература, 2003. 349 с.

Лопатин М.В.

КОНТРОЛЛИНГ ПРОЦЕССОВ ВЛИЯНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ТРУДА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Контроллинг качества управленческого труда может быть "точечным", временным, если его не рассматривать как постоянно действующий и развивающийся процесс.

Как известно, процесс происходит от латинского "processus", что означает продвижение, а в современной интерпретации последовательную смену явлений, состояний в развитии чего-либо или совокупность последовательных действий для достижения поставленного результата [1]. На современном этапе преобразования системы управления экономикой, основанной на рыночных принципах хозяйствования, все более очевидно, что без процессного обеспечения контроллинг качества управленческого труда может стать лишь декларацией. И в этой связи совершенно правы те исследователи, которые полагают, что процессное обеспечение "устанавливает согласованность между индивидуальными работами и выполняет общие функции, возникающие из движения всего производственного организма, в отличие от движения его самостоятельных органов" [2]. Процессное

обеспечение контроллинга можно рассматривать как атрибут синхронизации различных видов деятельности на предприятии. Особенно это положение важно в связи с тем, что в современных условиях состав и содержание функций управления становится неустойчивыми.

Процессное обеспечение контроллинга управленческого труда нами связывается с установлением мотиваторов эффективной деятельности персонала, оценкой их важности в достижении целей предприятия, установлением нормативных характеристик функциональной деятельности работников, выявлением различного рода отклонений деятельности от нормативных характеристик, формированием системы экономической ответственности за результаты работы.

В процессе социологического опроса персонала четырех предприятий ОАО "Кировский завод", ОАО "Светлана", ОАО "Буревестник", ОАО "Техприбор" (№ 2850) выявлена зависимость используемых мотиваторов в управлении персоналом и качества управленческого труда (см. табл. 1).

Таблица 1

Зависимость мотиваторов управления персоналом и качества управленческого труда

	Структура мотивационных факторов (в процентах)	Используемые мотиваторы	Оценка из важности	Ранг оценки качества управленческого труда
	Денежные вознаграждения, в т.ч.: - Премии - Персональные надбавки - Вознаграждения по итогам года - Повышение окладов	50,3 28,7 2,1 18,1 1,4	57,7 30,4 2,6 19,1 5,6	IV
	Условия трудовой деятельности, в т.ч.: - Улучшение оснащения рабочего места - Компенсация за определенный режим работы - Компенсация за продленный рабочий день - Возможность пользования служебным транспортом	3,2 – 0,3 – 2,9	2,4 0,9 0,8 0,4 0,3	VII
A	Стабильность коллектива, в т.ч.: - Надбавки за стаж - Участие в прибылях - Право стать акционером	2,3 – 2,3 –	4,3 0,8 2/4 1,1	V
	Социальные программы, в т.ч.: - Медицинское и пенсионное страхование - Оплата транспорта - Досуговые и культурные мероприятия - Детские программы - Возможность получить ссуду на предприятии - Льготные цены на услуги предприятия - Предоставление разовых выплат при необходимости	5,6 – 2,5 2,3 0,8 – – –	8,3 1,1 1,7 2,5 0,8 0,9 – 1,3	VII
	Межличностные отношения, отношения с руководством - Хорошие отношения с коллегами по работе - Доброжелательные отношения с руководством	2,4 0,5 1,9	1,6 0,4 1,2	I
	2	3	4	5
	Итого по группе A:	63,8	74,3	X
B	Улучшение рабочей среды, в т.ч. - Разнообразие выполняемой работы - Идентификация труда работника с конечными результатами - Осознание значимости работы - Автономия – самостоятельность - Обратная связь (информация о достигнутых результатах)	12,1 2,7 1,1 2,2 4,1 2,0	9,2 0,5 2,5 0,6 4,6 1,0	VI
	Признание, в т.ч. - Профессиональной компетентности - Полезности в достижении конечных целей предприятия	9,9 5,7 4,2	4,1 3,9 0,2	III
	Итого по группе B	36,2	25,7	X
	Всего по группе поддерживающих и мотивирующих факторов (A+B):	100	100	X

Как видно из представленных данных, имеет место расхождение мотивов деятельности и оценок качества управленческого труда. Приоритетом в оценках качества управленческого труда являются: меж-

личностные отношения и отношения с руководством, профессиональный и должностной рост персонала, признание профессиональной компетенции и полезности в достижении конечных целей предприятия.



Таким образом, процессное обеспечение контроллинга качества управленческого труда состоит в институционализации управленческих функций, требований экономического взаимодействия персонала структурных подразделений предприятий и определении экономической направленности процедур управления.

Система экономической ответственности является атрибутом качества управленческого труда. Однако к настоящему времени сложился негативный тип работника управления, перекладывающего ответственность на подчиненных, принимающих управленческие решения без определения сфер экономической ответственности или уклоняющихся от ответственности. Чем же обусловлена экономическая ответственность управленческого труда? Не вызывает сомнений, что для того чтобы жить, люди обязаны производить материальные блага, соизмерять результат и затраты. Организуясь в процессе труда, производители вынуждены испытывать на себе последствия своих действий. Ответственность есть реальная форма экономической необходимости, она выступает как специфическое производственное отношение. Ее основное предназначение сводится к тому, чтобы обеспечивать соответствие между уровнем хозяйствования и уровнем потребления, степенью эффективности реализации собственности и возможностями простого и расширенного воспроизводства.

В свою очередь ответственность предполагает баланс прав и обязанностей. Наличие ответственности при отсутствии должных прав порождает бюрократизм, безынициативность. Наличие прав без должной ответственности приводит к бесхозяйственности, вызывает стихийные процессы в экономике, растраниживание любой формы собственности.

Ответственность принято подразделять на материальную, экономическую и социальную. Материальная ответственность весьма однозначна. Хозяйствующий субъект рискует здесь уровнем жизни, материальным достатком. Ответственность обращена как бы “вовнутрь”, хотя внешней ее формой выступает возмещение нанесенных контрагентам убытков. Источником удовлетворения претензий других товаропроизводителей или всего общества выступает в первую очередь текущий продукт плюс финансовые резервы, созданные ранее.

Руководитель несет ответственность по более широкому кругу отношений, рискуя не только “свободными” денежными средствами, но и

привычным режимом хозяйствования, собственностью как капиталом. Он может быть переведен на особый порядок кредитования, расчетов. Это вызывает не только рост издержек обращения хозяйствующего субъекта, но и изменения “портфеля заказов”, усложняет документооборот. Выставление аккредитива (“деньги вперед”), повышенный процент, обслуживание в последнюю очередь – далеко не полный перечень из арсенала экономической ответственности.

Контроллинг в связи со своим функциональным назначением делает ответственность всегда конкретной и измеримой. Ответственность руководителя, ее объем и содержание зависят от формы собственности, степени развития отношений владения, использования собственного или заимствованного капитала, от того, кто является лишь носителем титула собственника и кто хозяйствует на самом деле, очевидно, и от отраслевой специфики, наконец, проводимой экономической политики. Одно дело, когда хозяйствующим объектом заявлено предприятие, а риск хозяйствования несут администрация или директор, государство. Другое, если хозяйствующий субъект – сама производственная ассоциация. Но и здесь важнейшие слагаемые ответственности зависят от места трудового коллектива в структуре отношений присвоения материальных благ и услуг. Коллектив государственного предприятия не может рассчитываться за нанесенный ущерб “закрепленными” лишь во владение основными и нормируемыми оборотными средствами: он не является собственником имущества в буквальном смысле слова. Ситуация несколько меняется, если уже определен “пай” производственной ассоциации в совокупном капитале, например, кооперативное или коллективное предприятие, которое функционирует в условиях по существу коммерческого расчета. Хотя и здесь с учетом обеспечения занятости возможны существенные ограничения.

При “коллективном” предпринимательстве, когда весь создаваемый продукт является бесспорной собственностью производственной ассоциации, формально также отсутствует ограничитель для материальной ответственности хозяйствующего субъекта. Но чтобы не допустить “проедания капитала” (регулирование занятости, развитие производства и т. п.), система ответственности должна сработать так, чтобы результаты хозяйствования в первую очередь сказывались на текущем потреблении, что в сущности выдвигает все тот же вопрос о минимуме необходимого продукта.

Продукт называется необходимым, потому что он в буквальном смысле необходим для восстановления способности к труду. Но не будет ли реализация экономической ответственности в границах необходимого продукта нарушением этих условий?

Когда система материальной ответственности только получила развитие в госсекторе, то подчеркивалось, что необходимый продукт похож в чем-то на чемодан с двойным дном, т. е. имеет две границы: основную, более или менее фиксированную, и дополнительную. Первая прямо устанавливается государством и гарантируется с учетом достигнутого уровня материального производства, сложившегося стандарта потребления. Она обеспечивает необходимые в данный момент условия воспроизводства рабочей силы. Дополнительная часть необходимого продукта не имеет жестких ограничений и определяется конечными результатами труда, его эффективностью. Она предназначена (сориентирована) для удовлетворения потребностей сверх безусловно необходимых – за счет более модных, престижных, качественных и, как следствие, более дорогих товаров. Закупки коллективами предприятий импортных товаров на вырученную валюту, т. е. своеобразное самообеспечение, хорошо отражают эту идею. Но такой уровень потребления никто не гарантирует: на него нужно выйти за счет эффективного труда.

Вместе с тем необходимы предел или режим реализации максимальной материальной ответственности, модификации ее реализации во времени, дополнение непосредственно экономической и моральной ответственностью. Ниже уровня «индивидуального» минимального дохода (зарплаты) данная ответственность не должна распространяться. Иначе будет нарушено воспроизводство способности к труду, возрастет давление на координирующие центры. Внесенные де-факто коррективы создадут видимость неустойчивости системы материальной ответственности, возможности бесконечных уступок.

Практическое исполнение обозначенных тезисов может быть разным. Так, государство вправе устанавливать, во-первых, минимальную зарплату для всех форм предпринимательской деятельности, определяя тем самым предельную (гарантированную) цену рабочей силы. Во-вторых, есть смысл предусмотреть очередность платежей с расчетного счета, распространяя на выплату заработной платы льготный режим. В-третьих, на данные цели необходимо предусмотреть дополнительную возможность получать ссуду при

временном недостатке оборотных средств. В-четвертых, позитивное воздействие окажет система финансового контроля со стороны учредителей, особенно “внешних”, позволяющая заранее выявлять формирование предкризисных ситуаций.

При недостатке средств источником оперативного возмещения “экономического брака” должны выступать разнообразные резервные и страховые фонды, фонды гарантов, профессиональной и т.п. солидарности, специальный кредит и др. в целом формула экономической ответственности хозяйствующего субъекта определяется избранной моделью хозяйственной деятельности [3].

В системе контроллинга качества управленческого труда измерение экономической ответственности основано на наблюдении за ее перераспределением. В условиях иерархии распорядитель может модифицировать свою экономическую ответственность за счет двух операций: контроля работы подчиненных, что повышает его экономическую ответственность, и привлечения подчиненных к решению своих задач, что снижает его экономическую ответственность. Доля ответственности, которая передается “наверх”, определяется как параметр контроля, доля ответственности, передаваемая “вниз” – как параметр сотрудничества. Затем, исходя из того, что основным стабилизатором обмена экономической ответственности является фонд заработной платы и его распределение, составляется система уравнений, отражающая движение экономической ответственности между уровнями:

$$g_i(1 - \alpha_i - \gamma_i) + \alpha_{i+1}g_{i+1} + K_i\gamma_{i-1}g_{i-1} = l_i,$$

где g_i – средняя экономическая ответственность одной позиции i -го уровня ($i = 1, \dots, n$) (уровень реализованного вклада); n – число уровней в иерархии; α_i – средний параметр контроля на i -ом уровне;

$$\alpha_n = 0, \alpha_0 = 0;$$

γ_i – средний параметр сотрудничества на i -ом уровне

$$(\gamma_1 = 0, \dots, \gamma_{n+1} = 0);$$

K_i – средний размах контроля на i -ом уровне; l_i – средняя заработная плата (месячная) одной позиции i -го уровня (уровень ожидаемого вклада).

Результатом решения уравнений являются оценки экономической ответственности. В таком представлении экономическая ответственность измеряется в шкале отношений, т. е. с точностью до положительного множителя.

Мерой качества распределения экономической ответственности становится подсчет переходов от структуры, отвечающей признакам эталонной, к

реальной структуре. Поясним это следующим примером. Пусть иерархия включает 4 уровня. Если g_i ($i = 1, 2, 3, 4$) – экономическая ответственность, то ее распределение в виде

$$g_1 < g_2 < g_3 < g_4;$$

является эталонным. Обозначим его через $Q_{\min}^4$:

$$Q_{\min}^4 = \{1/2/3/4\}.$$

Пусть расчеты реальных значений g_i привели к следующему распределению:

$$g_3 < g_2 < g_1 < g_4, \text{ или } Q^4 = \{3/2/1/4\},$$

т. е. уровни 3 и 2 покинули свои “нормальные” места.

Тогда число переходов $F(Q^4)$ от реальной к эталонной структуре равно трем

$$F(Q^4) = 3.$$

Точно такие же рассуждения справедливы и в отношении заработной платы.

В общем случае пусть $F(Q)$ – оценка качества распределения экономической ответственности; $F(L)$ – оценка качества распределения заработной платы; $F(Q)$ и $F(L)$ – нормированные оценки качества распределения экономической ответственности и заработной платы

$$F^*(Q) = \frac{F(Q)}{F(Q_{\max})}; \quad F^*(L) = \frac{F(L)}{F(L_{\max})}.$$

Оценка качества структуры $R(Q, L)$ рассчитывается по следующей формуле

$$R(Q, L) = F(Q) + F(L).$$

Нормированные оценки качества структуры $r(Q, L)$ рассчитываются по формуле

$$r(Q, L) = \frac{R(Q, L)}{R(Q_{\max}, L_{\max})}.$$

Несмотря на все достоинства экономических методов управления, они, вместе с тем, не являются всеобъемлющими и не обладают автоматизмом действия. Необходима распорядительно-организаторская деятельность по координации отдельных функций управления в форме административного воздействия.

Административное воздействие определяется как статистическое испытание отдельного (каждого) звена на возможность отыскания резерва для повышения управляемости, т. е. **отыскания за счет** этого звена таких связей, которые не известны в системе.

Механизм административного воздействия ориентирован на самосознание распорядителей, поэтому его главная особенность заключаются в кратковременности и направленности действия.

Если изменение внешней и внутренней обстановки приобретает устойчивый характер, то соответственно должны изменяться и экономические формы воздействия, т.к. система не в состоянии длительное время поддерживать хозяйственную деятельность административными методами.

Анализ ситуаций, каждая из которых характеризуется соотношением уровней развития факторов хозяйственной заинтересованности (материальный стимул, профессиональная квалификация, социальное самосознание), показал, что во всех ситуациях административное воздействие мобилизует резервы управляемости и в большинстве из них делает это с напряжением: обеспечивает решение проблемы в системе без приведения в порядок уровня заинтересованности в разных звеньях.

Контроллинг качества управленческого труда в контексте фиксации и оценки экономической ответственности, во многом зависит от уровня экономического сознания руководителя. Экономическое сознание руководителя проявляется как способность личности познавать экономические явления и процессы, усваивать экономические понятия и категории и оперировать ими в своих выводах и суждениях, реализовывать собственный экономический интерес.

Экономическое сознание – относительно самостоятельный вид общественного сознания, тесно связанный с другими его видами. Он непосредственно отражает сложившиеся производственные отношения, выступает как совокупность экономических идей, знаний, взглядов, суждений, чувств, настроений, непосредственно отражающих экономическую жизнь общества и выражающих отношение к различным ее явлениям в конкретный момент времени. Его конструктивную роль трудно переоценить. Отражая общественную потребность в совершенствовании хозяйственного механизма, оно позволяет выработать оптимальные формы организации экономической жизни, прокладывает к ним наиболее краткий путь. Благодаря высокому экономическому сознанию быстрее преодолевается потребительское отношение к обществу, безразличие к результатам хозяйствования, ограничение интересов работниками лишь обязанностями, определенными инструкциями.

Экономическое сознание, с одной стороны, способствует обогащению субъективного фактора как совокупности социальных, психологических, моральных качеств, а с другой – позволяет развить трудовую активность работника, полнее мобилизовать его творческую энергию, использование

которой неподвластно жесткой регламентации или нормированию. Возрастание роли экономического сознания является одной из важнейших социальных закономерностей.

Одновременно, необходимо осуществлять контроллинг типов экономического сознания.

Тип экономического сознания, адекватный системе производственного самоуправления, предполагает не только четкую исполнительность, компетентность, бережное использование имущества, но и инициативу, смелость и риск, предприимчивость, готовность брать на себя ответственность, способность не терять из вида социальный смысл хозяйствования, эмоционально переживать удачи и неудачи трудовой ассоциации как свои собственные.

Экономическое сознание, вырастая непосредственно из производственной деятельности, становится существенным ее элементом. Выполняя познавательную, регулятивную и воспитательную функции, оно дает возможность проникнуть в тайну причинно-следственных связей хозяйственной жизни, выработать оптимальные нормы и правила регулирования производственных отношений. Структура экономического сознания включает его в обыденный (эмпирический) и рациональный (теоретический) уровни. Обыденное сознание складывается через эмпирическое мышление и представляет совокупность чувств, восприятий,

практических знаний людей. Его сила в том, что оно опирается на реальные факты, опыт поколений. Однако обыденное сознание отражает лишь поверхностную сторону производственных отношений, не вскрывает сущности экономических процессов, способно сформулировать только «тактические» задачи, ориентирует на ближайшие цели.

Поэтому процесс формирования нового типа экономического мышления не должен сводиться лишь к преобразованиям в области обыденного сознания, но не должно игнорировать его. Ведь преимущественно здесь складывается экономическая психология, разворачивается эмоциональная сфера экономического сознания, развиваются чувства и настроения, выражающие определенное отношение человека к хозяйствованию – бережному и рачительному, формируется общественное мнение. По этим параметрам в первую очередь и приходится судить о состоянии экономического сознания в целом.

Второй компонент экономического сознания – рациональный – воспроизводит хозяйственную деятельность в определенных категориях, отражает ее научный, идеологический аспект. Формировать новый тип экономического мышления невозможно без улучшения теоретической подготовки, направленного экономического образования, включающего различные ступени абстрактного мышления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Советский энциклопедический словарь. М.: Изд-во "Советская энциклопедия", 1980, 1087 с.
2. **Маркс К.** Капитал // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд., т. 23. 342 с.

3. Проблема развития человеческого потенциала в условиях глобализации экономики: сб. докл. / Федер. агентство по образованию, С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов; под ред. Н.А. Горелова, В.И. Сигова. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2005. 212 с.

КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОРТФЕЛЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ АКТИВАМИ ЭЛЕКТРОСЕТЕВЫХ КОМПАНИЙ

В середине 90-х годов основные усилия большинства электросетевых компаний за рубежом были направлены на снижение операционных расходов, реорганизацию производства, внедрение новых технологий, принятие мер по повышению производительности и качества продукции, развитие нового стратегического подхода к организации и управлению производством, что было вызвано неэффективностью и конфликтом отдельных элементов в структуре общего производственного процесса, недостатком координации их управления, не использованием возможностей по оптимизации и повышению эффективности производства.

На первых этапах это привело к пересмотру принципов обоснования расходов электросетевых компаний на программу проведения ремонтов, на восстановление или замену производственных активов, а в последствии, к решению более глобальной задачи – поиску единой оптимальной модели их организации и функционирования. Данные обстоятельства способствовали внедрению новой системы ведения бизнеса – управлению активами, которая интегрирует и собирает воедино все организационно-производственные и финансово-политические решения компании, обеспечивая оптимальную эксплуатацию активов предприятия с учетом данных об их состоянии, функциональных требований к ним, их критичности к системе и потребителям, а также с учетом затрат и рисков на проведение (или отказа от проведения) возможных проверок, ремонтов и замен оборудования и т. п.

Концепция управления активами рассматривает управление различными видами активов компании с позиций реализации основной цели их деятельности в рыночной среде – повышения стоимости компании, имеющей различные модификации (максимизация прибыли, обеспечение финансового устойчивости компании в процессе ее развития и максимизация активов и др.), и реализуется она через построение системы управления активами компании [1].

В настоящее время российские электросетевые компании начали процесс построения систем управления активами, цели и задачи построения которых определяются следующим образом:

1. Формирование достаточного объема и состава активов, обеспечивающих текущую производственную деятельность и эффективное развитие компании;
2. Обеспечение эффективного использования активов электросетевой компании и достижение целевых показателей эффективного использования активов;
3. Обеспечение заданного регулятором уровня надежности при передаче и распределении электроэнергии;
4. Повышение прозрачности взаимоотношений с регулирующими органами и другими контрагентами электросетевых компаний [1].

Одной из ключевых задач функционирования системы управления активами электросетевых компаний, способствующей реализации целей развития активов и обеспечения их эффективного использования, является формирование портфеля инвестиционных проектов. В рамках данной системы в качестве “активов” рассматривается все их многообразие: материальные (инфраструктура, собственность, здания и сооружения, оборудование и транспорт) и нематериальные (знания и компетенции персонала компании и интеллектуальная собственность и т. п.), а под «инвестиционным проектом» понимают любое инвестирование ресурсов компании (например, восстановление или ремонт активов, их замена, размещение или создание/приобретение) [1].

В настоящее время в руках инвесторов основным инструментом являются методы с использованием дисконтированных денежных потоков – NPV (net present value) – **чистая текущая стоимость**, IRR (internal rate of return) – **внутренняя норма доходности** и др. Данные методы дают только оценку эффекта от реализации проекта в стоимостном выражении. В условиях сегодняшнего состояния и развития отрасли одних этих показателей не

достаточно, так как они не могут учесть влияние проектов на надежность электроснабжения потребителей – главную цель своей деятельности, многие аспекты стратегического развития, ценностных задач развития электросетевых компаний, формирующихся специфических условий деятельности на рынке и т. д. Учет вышеперечисленных факторов может существенным образом изменить результаты оценки эффективности реализации инвестиционных проектов.

Анализ существующей системы формирования портфеля инвестиционных проектов (инвестиционной программы) в российских электросетевых компаниях показал следующее:

1. **Подход к принятию и обоснованию решений** о формировании портфеля инвестиционных проектов и распределении ресурсов не формализован. Принятие решения о включении инвестиционного проекта в портфель (или в инвестиционную программу) осуществляется следующим образом: определяется превышение суммарной стоимости реализации проектов над существующим бюджетом инвестиционной программы, затем производится ранжирование проектов по уровню их значимости для целей обеспечения надежности электроснабжения потребителей. После проведения ранжирования наименее значимые проекты, не обеспеченные бюджетом инвестиционной программы, отклоняются или откладываются на следующий календарный период.

2. **Критерии ранжирования, как правило,** определяются текущими задачами и не имеют комплексного характера, т.е. при формировании критериев не ставится задача соответствия инвестиционной программы стратегическим целям электросетевой компании и целям управления активами, в частности.

3. **Инвестиционные проекты распределяются** в рамках периода планирования без формального анализа возможности реализации инвестиционной программы в соответствии с ключевыми ограничениями.

В условиях увеличения объема инвестиций в электросетевой сектор в России за последние 2–3 года более чем в 5 раз, задача формирования оптимального портфеля инвестиционных проектов с учетом ключевых ограничений является одной из приоритетных. В качестве основного критерия формирования портфеля инвестиционных проектов должна стать максимизация стоимости электросетевой компании, являющаяся основным критерием эффективности функционирования системы управления активами электросетевой

компании. Решаемая задача требует многоцелевой оптимизации при формировании портфеля инвестиционных проектов. В настоящее время электросетевые компании ограничиваются только процедурой ранжирования инвестиционных проектов.

Остановимся более подробно на проблемах существующей системы ранжирования инвестиционных проектов. Ранжирование проектов является одной из составляющих процесса планирования, обеспечивая обоснование и принятие решений о целесообразности включения инвестиционного проекта в портфель, а также очередности его реализации с учетом ограничений в рамках периода планирования. Расчетной целью системы ранжирования портфеля инвестиционных проектов является установление «эффективной линии раздела» между портфелями проектов, реализация которых позволит максимизировать стоимость активов электросетевой компании при наименьших затратах. Использование ранжирования инвестиционных проектов, по опыту зарубежных электросетевых компаний, приводит к возникновению следующих проблем:

1. **Достаточно большая часть проектов попадает** в категорию «обязательных для исполнения».

2. **Проекты, как правило, ранжируются относительно друг друга по степени важности и влиянию** эффективности деятельности компании.

3. **Наличие субъективности в оценке** [2].

Кроме вышеперечисленного, ранжирование предусматривает ограниченное число параметров ранжирования – с увеличением количества параметров (критериев) эффективность и точность установления степени важности, а также относительность оценки приводит к необъективности конечного результата. Современные условия деятельности электросетевых компаний требуют достижения все большего количества целей при формировании портфеля инвестиционных проектов, что в свою очередь формируют стимулы к необходимости перехода на следующий уровень после ранжирования портфеля инвестиционных проектов – оптимизацию, предполагающую нечто большее, чем простое начисление баллов.

Формирование портфеля инвестиционных проектов в рамках системы управления активами электросетевой компании требует реализации целей всех стейкхолдеров (*stakeholder* – заинтересованная сторона): акционеров, регулятора, потребителей и внутренние цели развития компании, направленных на максимизацию ее стоимости, при существующем наборе ограничений. Таким



образом, речь идет о необходимости перехода к многоцелевой оптимизации, которая позволяет реализовывать целый ряд целей при существующих ограничениях.

Суть концепции формирования оптимального портфеля инвестиционных проектов, предлагаемой автором, можно сформулировать следующим образом: на основе многоцелевой оптимизации обеспечить формирование наиболее эффективного портфеля инвестиционных проектов с целью повышения стоимости электросетевой компании.

Реализация данной концепции в электросетевой компании должна осуществляться на основе стратегии оптимизации инвестиционного портфеля в системе управления активами, представляющей собой сочетание процессов и технологий, которые обеспечивают связь между стратегическими и целями компании и выбором инвестиционного портфеля. Оптимизация портфеля инвестиционных проектов является одним из основных инструментов системы управления активами электросетевых компаний: инструментом управления инвестициями в развитие активов.

Стратегию оптимизации инвестиционного портфеля целесообразно строить в соответствии со следующими принципами:

1. Приоритетность стратегических целей компании, в качестве основных из которых является максимизация ее стоимости и обеспечение надежного электроснабжения потребителей.

2. Необходимость удовлетворения интересов потребителей, системного оператора рынка, работников компании, других заинтересованных субъектов рынка электроэнергии и мощности и стейкхолдеров. Учет их интересов путем формирования специальных шкал для оценки данных нефинансовых критериев.

3. Системный учет факторов внешней и внутренней среды, включая риски как на уровне одного проекта, так и на уровне портфеля проектов. При принятии решений должно учитываться, что проекты могут иметь внутренние связи, включая множественные альтернативные решения, а также наличие проектов, которые должны обязательно выполняться вместе (в связке) или не выполняться совсем, и проектов, являющихся начальным условием для других проектов.

4. Измеримость целей: обеспечения возможности оценки достижения цели, т. е. ее количественного измерения.

5. Достижение целей электросетевой компании в условиях ограничения инвестиционных и других ресурсов.

6. Обеспечение прозрачности процесса принятия решений.

Стратегию оптимизации портфеля инвестиционных проектов целесообразно реализовывать в следующей последовательности:

1 этап. Определение иерархии целей формирования портфеля инвестиционных проектов. Анализ целей, реализуемых в процессе инвестиционного планирования в рамках функционирования системы управления активами электросетевой компании, показывает необходимость выделения двух уровней целей, обеспечивающих максимизацию стоимости электросетевой компании, являющейся главным критерием эффективности деятельности компании в системе управления активами [1]:

1 уровень. Так называемые “жесткие” цели, невыполнение которых может привести к нарушениям в деятельности электросетевой компании. Часть из них может определяться имеющимися ограничениями (требуемый уровень надежности электроснабжения потребителей, ограничения по отключениям электрической сети, обеспечение не дискриминационного доступа всех потребителей к сети и др.), другая часть – ресурсными ограничениями (объем инвестиций, возможности производителей основного оборудования и комплектующих, ограничения по трудовым ресурсам и др.). Цели, относящиеся к данному уровню, должны иметь более высокий приоритет.

2 уровень. Цели, обеспечивающие качественную сторону процесса энергоснабжения потребителей и в современных условиях оказывающие значительное влияние на повышение стоимости компании: степень удовлетворения потребителей, качество передаваемой электрической энергии, уровень потерь электроэнергии при ее передаче, степень износа основного оборудования, эффективность деятельности компании в целом и др.

На данном этапе стратегические цели компании должны быть соотнесены с определенными ключевыми показателями эффективности, установленные значения которых должны быть достигнуты в ходе реализации всех проектов, входящих в портфель.

Предлагается для электросетевых компаний в качестве целевых использовать следующую систему критериев, построенных с учетом иерархии целей, приведенной выше:

Целевой критерий – максимизация стоимости электросетевой компании.

1 группа:

- обеспечения надежности функционирования сети;
- бюджетные ограничения (максимальный размер инвестиционных издержек);
- ограничения по отключениям электрической сети для проведения основных видов работ.

2 группа:

- уровень потерь электроэнергии при ее передаче;
- обеспечение заданного регулятором уровня эффективности деятельности компании (при переходе на регулирование тарифов на передачу электроэнергии на основе нормы доходности инвестированного капитала);
- удовлетворение требований потребителей;
- ресурсные ограничения.

2 этап. Определение основных параметров проектов, входящих в портфель: основные характеристики (сроки, ресурсы и требования), финансовые и нефинансовые результаты и риски.

Финансовые результаты могут предусматривать снижение операционных и материальных издержек, повышение надежности участков сети, предотвращение непредвиденных расходов. Нефинансовые результаты могут определяться по следующим категориям: безопасность, удовлетворение потребителей (от конкретного проекта), удовлетворение интересов служащих, удовлетворение требований общества и регулятора. При определении нефинансовых результатов следует рассмотреть все возможные варианты их оценки в денежном выражении, либо сформировать шкалу перевода качественных показателей в количественные с целью дальнейшего их использования в процессе оптимизации.

Кроме этого, с целью использования в процессе оптимизации в рамках оценки проектов следует предусмотреть их классификацию по следующим группам:

- альтернативные проекты (выполняется проект А или проект В);

– связанные проекты (проекты А и В выполняются вместе);

– смешанные (должен быть выполнен проект В и один из проектов А).

3 этап. Выбор характера и вида математической модели (или моделей) для обеспечения процесса оптимизации портфеля инвестиционных проектов. Разработка алгоритма ее реализации.

4 этап. Информационная подготовка процесса оптимизации: сбор и введение данных по проектам, целевым показателям эффективности и бюджетным ограничениям.

5 этап. Анализ вариантов формирования инвестиционного портфеля и принятие окончательного решения о перечне инвестиционных проектов, принятых к реализации в плановом периоде. Следует отметить, что одним из важных компонентов проведения многоцелевой оптимизации является лицо, принимаемое решение (ЛПР). Под ЛПР понимается не обязательно отдельный индивид, но и группа специалистов, чьи знания используются для принятия решения. Как активный участник управления ЛПР накапливает определенный опыт и знания, которые могут существенно помочь при принятии решений по результатам многоцелевой оптимизации [3].

Таким образом, предложенная стратегия оптимизации портфеля инвестиционных проектов сфокусирована на отборе оптимального набора инвестиционных проектов, реализация которых максимизирует стоимость электросетевой компании с учетом достижения основных стратегических целей ее деятельности. Она дает возможность комплексно рассмотреть финансовые и нефинансовые цели, а также оценить вклад каждого инвестиционного проекта в их реализацию. Использование стратегии оптимизации инвестиционных процессов в российских электросетевых компаниях позволит повысить эффективность инвестиционного процесса, и, как следствие, деятельности компаний в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Волкова И.О., Самаренко О.В., Софьин В.В. Концепция создания системы управления активами ОАО “ФСК ЕЭС” / Энергорынок / Москва. № 3, 2008.

2. Волкова И.О., Кобец Б.Б. Управление активами электросетевых компаний: зарубежный опыт. СПб.: Издательство Политехнического университета,

2007, с. 126.

3. Комплексный анализ эффективности технических решений в энергетике/ Ю.Б.Гук, П.П.Долгов, В.Р.Окороков и др.; под ред. В.Р.Окорокова и Д.С.Щавельева. Л.: Энергоатомиздат. Ленингр. отделение, 1985, с.176.



Игнатьев Н.М., Афоничкина Е.А.

ФОРМИРОВАНИЕ РАЦИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ КОРПОРАТИВНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ

Под *корпоративным инвестиционным портфелем проектов (КИП)* будем понимать комплексную систему проектов развития потенциально эффективных направлений деятельности корпорации (интегрированной экономической системы), состоящий из технологически и инвестиционно связанных проектов, объединенных общими ресурсами (финансовыми и материальными) и общекорпоративными целями.

Для развития корпоративной системы обычно используют схему последовательного решения наиболее важных или необходимых процессов, разрабатываемых и реализуемых по каким либо, в том числе и внекорпоративным, признакам. Портфель проектов в этом случае может представлять собой несвязанные проекты развития отдельных направлений, сфер деятельности, не учитывающие их взаимное инвестиционно-технологическое влияние.

При этом, если проекты независимы, то задача получения рационального портфеля сводится к задаче распределения ограниченного ресурса (инвестиций) по множеству независимых проектов, а уже в рамках каждого проекта решается задача распределения других ресурсов отдельно.

Если же проекты зависимы по параметрам, то задача сводится к выбору последовательности проектов и распределения ограниченного ресурса (инвестиций) по множеству зависимых проектов так, чтобы общая корпоративная эффективность в рамках КИП определялась через максимальное значение эффективностей каждого проекта.

В рамках формирования корпоративного инвестиционного портфеля (КИП) возможно существование и зависимых проектов, осуществляющих в перспективе общий корпоративный проект по созданию или модернизации цепочек создания стоимости.

В этом случае существуют различные виды задачи формирования и финансирования портфеля корпоративных инвестиционных проектов. Рассмотрим некоторые из них, связанные с выбором портфеля проектов при различных схемах финансирования и учете риска.

Общая постановка задачи. Пусть для сложного экономического объекта – корпорации – име-

ются m проектов p , удовлетворяющих необходимым условиям эффективности (коммерческой, бюджетной и экономической) корпоративной деятельности. Предположим, что каждый проект в корпоративном портфеле (КИП) представлен в агрегированном виде и описывается тремя показателями – требуемым объемом финансирования S_p , продолжительностью реализации T_p и ожидаемым доходом от проекта F_p , КИП $\subseteq (p_1, p_2, p_3, \dots, p_m)$, $p = f(S, T, F)$

При этом возможны следующие формы межпроектных зависимостей.

А) $p_1 \cap p_2 \cap p_3 \cap \dots \cap p_m \neq \emptyset$ – проекты КИП зависимы по реализации корпоративных технологических цепочек и их них формируются проектные цепочки последовательно-параллельного вида.

Б) $p_1 \cap p_2 \cap p_3 \cap \dots \cap p_m = \emptyset$ – проекты независимы по корпоративным технологическим цепочкам и представляют собой проектные цепочки последовательного вида.

Считаем, что при формировании корпоративного портфеля проектов возможно использование различных источников (I) финансирования проектов (собственные средства, кредит, ссуда под залог недвижимости, выпуск акций и т. д.), количество которых равно L , а стоимость полученных инвестиций по каждому источнику составляет величину $w_p, I \subseteq (I_1, I_2, I_3, \dots, I_L)$, $W \subseteq (w_1, w_2, \dots, w_L)$, где W – общая сумма затрат на привлечение инвестиций по всем источникам.

Таким образом, инвестиционное финансирование определяется функциональной зависимостью $w = f(I)$. А *эффективность* портфеля проектов можно определить через функционал $P = f(S, T, F, I, w)$.

Следует оценить такие альтернативы формирования и инвестирования КИП, с точки зрения построения рациональной структуры, как: – за счет собственных средств ($w = w_A$), – за счет кредитов ($w = w_K$), – смешанное ($w = (w_A, w_K)$).

Задача 1. Обозначим A – объем финансирования из собственных средств различного назначения ($A \subseteq (a_1, a_2, a_3, \dots, a_n)$), K – кредитные ресурсы различного вида, ($K \subseteq (k_1, k_2, k_3, \dots, k_m)$), S – общий объем финансирования, $S = (A + K)$.

Возможны следующие ситуации при финансировании проектов из корпоративного портфеля.

Задача 1.1. Если $S = A$, то все проекты из портфеля КИП финансируются за счет собственных средств, Стоимость (R) ресурсов (A) для финансирования проектов из КИП составляет w_A , т. е.

$$S = R_{КИП} = w_A.$$

Задача 1.2. Если $A = 0$, то все проекты из портфеля КИП финансируются за счет средств от внешних источников, причем величина кредита определяется величиной равной $S = K$ стоимость которых определяется величиной $R_{КИП} = w_K$. В зависимости от типа кредита $K \supseteq (k_1, k_2, k_3, \dots, k_u)$ изменяется и его обобщенная стоимость $R_{КИП} = w_K$, причем каждому типу ресурсов взятых в виде кредита от разных источников соответствует индивидуальная оценка стоимости соответствующего кредитного ресурса от внешних источников, $w_K = (w_{k1}, w_{k2}, w_{k3}, \dots, w_{ku})$ и тогда размер средств составляет $S = R_{КИП} = (w_{k1}, w_{k2}, w_{k3}, \dots, w_{ku}) | \beta$ с соответствующей ставкой за кредит β_u .

Задача 1.3. Если $S > A$, то все проекты из КИП могут финансироваться как за счет внутренних (рассматриваем только собственные) средств (A), так и средств от внешних источников (K), причем величина кредита определяется разностью $S - A = K$. Стоимость ресурсов S для финансирования КИП естественно увеличивается и составляет $w_S = w_A + w_K$, и определяется как $R_{КИП} = w_A + w_K$ а с учетом различных внешних кредитных ресурсов получаем

$$R_{КИП} = w_A + (w_{k1}, w_{k2}, w_{k3}, \dots, w_{ku}).$$

Очевидно, что для всех проектов, удовлетворяющих необходимым условиям эффективности, коммерческая эффективность проекта должна быть не только больше нуля, $\mathcal{E} > 0$, но и больше некоторого критического уровня, $\mathcal{E} \geq 0$.

Задача 2. На основании приведенной постановки задачи, сформулируем возможные варианты финансирования корпоративного портфеля, которые определим следующим образом

$$\text{Если } K(\text{КИП}) = S = A, \text{ то } w_S = w_A$$

$$\text{Если } R(\text{КИП}) = S = K, \text{ то } w_S = w_K = \quad (1)$$

$$= (\beta_{k1} w_{k1} + \beta_{k2} w_{k2} + \dots + \beta_{ku} w_{ku}) = \sum_{L=1}^U \beta_{KL} w_{KL}$$

$$\begin{aligned} \text{Если } R(\text{КИП}) = S = A + K, \text{ то } w_S = \\ = w_A + \beta_{k1} w_{k1} + \beta_{k2} w_{k2} + \dots + \beta_{ku} w_{ku} = \\ = w_A + \sum_{L=1}^U \beta_{KL} w_{KL} \end{aligned}$$

Если обозначить $\mathcal{E}_i = F_i - S_i$ как коммерческую эффективность локального i -ого проекта, при-

веденную к рассматриваемому периоду, причем F_i – есть доход от данного проекта, то общая эффективность КИП из m независимых проектов по корпоративным технологическим цепочкам КИП $\supseteq (p_1, p_2, p_3, \dots, p_m), p_1 \cap p_2 \cap p_3 \cap \dots \cap p_m = \emptyset$ определяется в виде суммарной доходности

$$F(\text{КИП}) = \sum_{p=1}^m F_p. \quad (2)$$

Если же исследовать эффективность корпоративного портфеля КИП, состоящего из m проектов при формировании зависимо-распределенных проектов, т.е. в случае зависимых проектов имеем

$$\begin{aligned} \text{КИП} \supseteq (p_1, p_2, p_3, \dots, p_m), \\ p_1 \cap p_2 \cap p_3 \cap \dots \cap p_m \neq \emptyset. \end{aligned}$$

В этом случае следует учитывать эффект увеличения силы влияния от согласованного действия факторов – синергетический эффект. Тогда эффективность КИП составляет

$$F(\text{КИП}) = \left(\sum_{p=1}^m F_p \right) \times E, \quad (3)$$

где E характеризует силу рычага от согласованного корпоративного портфеля, который в общем виде выражается через:

- снижение постоянных издержек на реализацию проектов,
- снижение потерь при согласованном формировании КИП;
- снижение потерь на поддержание корпоративной технологической цепочки, через воздействие ранее введенных проектов на эффективность последующих в цепочке проектов.

Именно этот эффект рычага можно назвать синергетическим эффектом КИП.

Задача 3. Для исследования и оценки эффективности КИП необходимо определить ожидаемый доход от КИП, где L – функция дохода. Здесь возможны следующие варианты формирования показателя эффективности L , зависящие от вида привлекаемых источников финансирования.

1. Если $S = A$, и все проекты КИП финансируются за счет собственных корпоративных средств, стоимость которых составляет $R_{КИП} = w_A$, то ожидаемый доход определяется величиной средств w_A взвешенных на обобщенную доходность проекта $Q_{КИП}$

$$L = Q_{КИП} * w_A. \quad (4)$$

2. Если $A = 0$, и проекты КИП финансируются за счет средств различных внешних источников, при

$$R_{КИП} = w_K, K \supseteq (k_1, k_2, k_3, \dots, k_u),$$

то ожидаемый доход определяется доходностью от кредитных ресурсов β , взвешенных по их стоимости w_K с учетом доходности $Q_{КИП}$,

$$L = Q_{КИП} * (\beta * w_K),$$

а с учетом количества источников $K \supseteq (k_1, k_2, k_3, \dots, k_u)$ и видами ресурсов $w_K = (w_{k1}, w_{k2}, w_{k3}, \dots, w_{ku})$, получим

$$L = Q_{КИП} * (\beta * w_K) = Q_{КИП} * (\beta * (w_{k1}, w_{k2}, w_{k3}, \dots, w_{ku})).$$

С учетом (3.3), значением вектора доходности кредитных ресурсов по источникам инвестиций $\beta = (\beta_{k1}, \beta_{k2}, \beta_{k3}, \dots, \beta_{ku})$, и аддитивностью величины доходности ресурсов, получим

$$L = Q_{КИП} \sum_K \sum_J \beta_{KJ} w_{KJ}. \quad (5)$$

3. Если $S > A$, то все проекты из КИП могут финансироваться как за счет внутренних (рассматриваем только собственные) средств (A), так и средств от внешних источников (K), причем величина кредита определяется разностью $S - A = K$. Стоимость ресурсов S для финансирования КИП естественно увеличивается и составляет $w_S = w_A + w_K$, и определяется как $R_{КИП} = w_A + w_K$ а с учетом различных внешних кредитных ресурсов получаем

$$R_{КИП} = w_A + (w_{k1}, w_{k2}, w_{k3}, \dots, w_{ku}).$$

Определяя доходность собственных ресурсов по ставке потенциального дохода α , доходность кредитных средств как вектор доходности $\beta = (\beta_{k1}, \beta_{k2}, \beta_{k3}, \dots, \beta_{ku})$, то ожидаемый доход определяется

$L = Q_{КИП} * R_{КИП} = Q_{КИП} * [(\alpha * w_A + (\beta * w_K))]$, или с учетом условий доходности и аддитивности получим стоимость финансовых ресурсов

$$L = Q_{КИП} \left[(\alpha_A w_A) + \left(\sum_K \sum_J \beta_{KJ} w_{KJ} \right) \right]. \quad (6)$$

Тогда с учетом предыдущих зависимостей, коммерческую эффективность портфеля $\mathcal{E}(КИП)$ определим следующими соотношениями.

Если портфель 1 типа, то эффективность составит

$$\mathcal{E}(КИП) = \sum_{p=1}^m F_p - Q_{КИП} * w_A. \quad (7)$$

Если портфель 2 типа, то эффективность составит

$$\mathcal{E}(КИП) = E \sum_{p=1}^m F_p - Q_{КИП} \sum_K \sum_J \beta_{KJ} w_{KJ}. \quad (8)$$

Если портфель 3 типа, то эффективность составит

$$\mathcal{E}(КИП) = E \sum_{p=1}^m F_p - Q_{КИП} \left[(\alpha_A w_A) + \left(\sum_K \sum_J \beta_{KJ} w_{KJ} \right) \right]. \quad (9)$$

В независимости от типа портфеля (1, 2 или 3) структура его включает m проектов, которые имеют, лишь разные ограничения на порядок реализации, различные уровни эффективности и различный порядок межпроектных связей между элементами портфеля.

Для получения рационального (оптимального) инвестиционного портфеля необходимо получить из m проектов такую комбинацию цепочки реализации проектов, которая бы характеризовала максимальную эффективность КИП.

Задача 4. Таким образом, задача рационализации КИП заключается в выборе такой структуры портфеля, который обеспечивает максимальную эффективность $\mathcal{E}(КИП) = \mathcal{E}_{\max}$, где $\mathcal{E}(КИП)$ определяется, в зависимости от типа портфеля, по соотношениям (7–9).

Обозначим через Q_1 оптимальное решение задачи в виде (10)

$$\mathcal{E}(КИП) = \left[\sum_{p=1}^m F_p - Q_{КИП} * w_A \right] \rightarrow \max \quad (10)$$

при ограничениях на общий объем финансирования $w_A \leq T$.

Через Q_2 обозначим оптимальное решение задачи (11)

$$\mathcal{E}(КИП) = \left[E \sum_{p=1}^m F_p - Q_{КИП} \sum_K \sum_J \beta_{KJ} w_{KJ} \right] \rightarrow \max \quad (11)$$

при ограничениях на общий объем финансирования

$$\sum_K w_K \leq \sum_K T_K.$$

Обозначим через Q_3 оптимальное решение задачи (12)

$$\mathcal{E}(КИП) = \left[E \sum_{p=1}^m F_p - Q_{КИП} \left[(\alpha_A w_A) + \right. \right.$$

$$+\left(\sum_K \sum_J \beta_{KJ} w_{KJ}\right)\left]\right] \rightarrow \max, \quad (12)$$

при ограничениях на локальные и общий объем финансирования

$$\sum_K w_K \leq \sum_K T_K \text{ и } w_A \leq T_A.$$

Тогда $\mathcal{E}_{\max} = \max(Q_1, Q_2, Q_3)$, где Q_1, Q_2, Q_3 соответствуют задачам (10–12), которые представляют собой известную задачу о ранце, эффективно решаемую методом динамического программирования. Так как задачи (10–11) являются частными случаями задачи (12), при ограничении на количество источников финансирования и размер самого финансирования, то можно далее говорить о обобщенной задаче оптимизации КИП (13)

$$\mathcal{E}(\text{КИП}) = \left[E \sum_{p=1}^m F_p - Q_{\text{КИП}} [(\alpha_A w_A) + \right.$$

$$\left. + \left(\sum_K \sum_J \beta_{KJ} w_{KJ} \right) \right] \rightarrow \max, \quad (13)$$

при ограничениях на общий объем финансирования $\sum_K w_K \leq \sum_K T_K$ и стоимость ресурсов $w_A \leq T_A$.

Таким образом, в работе обоснован комплекс задач (моделей) формирования оптимального мультипроектного портфеля инвестиционных проектов, ориентированного на устойчивое развитие бизнес-процессов сложной экономической системы – корпорации. На основании приведенной методики можно определить совокупность допустимых проектов развития и реализовать процедуру формирования рациональной структуры корпоративного инвестиционного портфеля, состоящего из разноотраслевых проектов развития корпоративной системы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Афоничкин А.И., Сорокина И.О., Игнатьев Н.М.** Развитие инвестиционного потенциала интегрированных экономических систем в современных условиях (монография). Изд-во Волжского ун-та им. В.Н.Татищева, 2006. 260с.
2. **Бурков В.Н., Джавахадзе Г.С.** Экономико-математические модели управления развитием отраслевого производства. М.: ИПУ РАН, 1997. 64 с.
3. **Волков Н.** Учет долгосрочных инвестиций и источников их финансирования. М.: Финансы и статистика. 1994. 128 с.
4. **Долан Э.Дж., Линсдей Л.** Макроэкономика / Под общ. ред. Б. Лисовика и др. СПб., 1994. 412 с.
5. **Ержанов А. К.** Формирование рациональной

структуры и инвестиционного обеспечения экономики Казахстана. Алматы, 2000. 16 с

6. **Ломакин М.** Оптимальный портфель инвестиционных проектов. Доклады ОСЭР, 2003.
7. **Лебедев В. М.** Привлечение иностранных инвестиций: фактология, проблемы, подходы и решения: РФ. // Российский экономический журнал. 2000. Июнь № 6. 69–78 с.
8. **Мищенко А.В., Попов А.А.** Некоторые подходы к оптимизации инвестиционного портфеля // Менеджмент в России и за рубежом, № 2. 2002.
9. **Шарп У., Александер Г., Бэйли Дж.** Инвестиции. М.: Инфра-М, 1997., 1024 с.

Макаров В.М., Артюгина И.М., Мошкалёв Д.С.

ОСНОВЫ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТОВ ПРОДЛЕНИЯ СРОКА ЭКСПЛУАТАЦИИ ЭНЕРГОБЛОКОВ АЭС

По состоянию на конец 2007 г., в мире эксплуатировались 439 энергоблоков АЭС, с долей в общем производстве электроэнергии 16 % (в России эксплуатируется 31 энергоблок, с долей в общем производстве электроэнергии 16 %) [1]. К 2010–2020 гг. большинство действующих в мире энергоблоков АЭС исчерпают проектный срок эксплуатации. В каждом случае по истечении

этого срока должно быть принято решение либо о выводе энергоблока из эксплуатации, либо о продолжении его эксплуатации.

В России ПСЭ энергоблока АЭС осуществляется при наличии технической возможности обеспечения дальнейшей безопасной эксплуатации энергоблока и экономической целесообразности. В случае принятия решения о продолжении



эксплуатации энергоблока АЭС, работы по ПСЭ начинаются за 7–10 лет до окончания установленного срока его эксплуатации, и проводятся в два этапа.

На первом этапе выполняется комплексное обследование энергоблока с целью определения фактического состояния и остаточного ресурса элементов энергоблока, принципиальной возможности ПСЭ и условий обеспечения дальнейшей безопасной эксплуатации энергоблока.

Разработка проекта ПСЭ энергоблока АЭС, как и для любого инвестиционного проекта, состоит из двух стадий:

- предпроектной стадии, которая включает в себя разработку инвестиционного замысла (цели инвестирования), декларации о намерениях инвестирования, материалов оценки экономической эффективности ПСЭ энергоблока АЭС;
- стадии проектирования, которая включает в себя разработку проектной и рабочей документации.

На втором этапе выполняется комплекс работ по обеспечению безопасной эксплуатации энергоблока АЭС в период дополнительного срока, включающий в себя обоснование безопасности и остаточного ресурса невосстанавливаемых и незаменимых элементов, реализацию комплексной программы модернизации энергоблока, замену оборудования, выработавшего свой ресурс, а также получение лицензии на эксплуатацию энергоблока в период дополнительного срока.

В современных условиях результаты оценки экономической эффективности инвестиционных проектов в атомной энергетике являются одним из основных факторов при принятии решений об открытии финансирования данных проектов. Поэтому возникает необходимость в обеспечении единого методического подхода к обоснованию эффективности проектов и интерпретации ее результатов.

Проблема ПСЭ энергоблоков АЭС тесно связана с проблемой вывода АЭС из эксплуатации и характеристиками возможных вариантов ввода замещающих мощностей в данной энергосистеме. Технико-экономическое обоснование ПСЭ включает в себя решение двух взаимосвязанных задач:

- обоснование экономической целесообразности инвестиций в ПСЭ энергоблока;
- сравнительная оценка проекта ПСЭ с другими альтернативными вариантами ввода замещающих мощностей в энергосистеме, которая позволяет определить конкурентоспособность вариантов.

Основные положения отраслевой методики оценки экономической эффективности ПСЭ.

К настоящему времени в отечественной атомной энергетике сложилась отраслевая методика оценки экономической эффективности ПСЭ энергоблока АЭС (далее по тексту – методика), которая представлена рядом методических рекомендаций и программ концерна «Росэнергоатом». Основные положения методики оценки экономической эффективности проекта ПСЭ энергоблока АЭС сводятся к следующему:

– Проведение экономических расчетов для всего жизненного цикла проекта (горизонт расчета). Горизонт расчета включает в себя предынвестиционную, инвестиционную и эксплуатационную стадии.

– Формирование денежных потоков, связанных с реализацией проекта ПСЭ энергоблока на протяжении всего горизонта расчета. Формирование денежных потоков предполагает разбиение горизонта расчета на шаги расчета и учет на каждом шаге элементов притоков и оттоков денежных средств, сгруппированных по видам деятельности предприятия в рамках реализации проекта ПСЭ (операционной, инвестиционной и финансовой).

– Учет доходов и расходов, порождаемых только проектом ПСЭ.

– Учет фактора времени при определении разновременных затрат и результатов реализации проекта ПСЭ с помощью метода дисконтирования денежных потоков.

– Учет влияния инфляции и рисков, связанных с реализацией проекта ПСЭ, через величину ставки дисконтирования.

– Оценка сравнительной эффективности вариантов реализации проекта ПСЭ (т. н. вариант “с проектом”), реализации альтернативного проекта ввода замещающих мощностей (т. н. вариант “с альтернативным проектом замещения выбывающих мощностей”) и отказа от реализации проекта ПСЭ (вариант “без проекта”). Вариант “без проекта” предусматривает вывод энергоблока из эксплуатации по окончании проектного срока эксплуатации.

– Оценка общественной эффективности (социально-экономический эффект от реализации проекта ПСЭ для общества в целом), коммерческой эффективности (финансово-экономический эффект от реализации проекта ПСЭ с точки зрения концерна “Росэнергоатом”) и бюджетной эффективности (доходы и расходы государственных бюджетов всех уровней).

На основе результатов формирования денежных потоков производится расчет основных показателей экономической эффективности (с учетом и без учета дисконтирования): периода окупаемости, момента окупаемости, чистого дохода, внутренней нормы доходности, индекса доходности инвестиций.

Значения перечисленных показателей существенно зависят от внешних макроэкономических условий, поэтому проводится анализ их чувствительности к изменениям основных влияющих факторов. В качестве варьируемых факторов обычно используются объем спроса на электрическую и тепловую энергию, тарифы на электрическую и тепловую энергию, а также объем инвестиционных затрат на реализацию проекта ПСЭ [2].

Анализ отраслевой методики оценки экономической эффективности проекта ПСЭ энергоблока АЭС позволяет сделать следующие выводы:

- основные положения методики соответствуют общепринятым в мировой экономической теории и практике инвестирования требованиям к структуре и содержанию методики оценки экономической эффективности инвестиционных проектов;

- вместе с тем, вопросам оценки сравнительной эффективности проекта ПСЭ в методике уделяется недостаточно внимания. Этот раздел является своего рода дополнительным, но не позволяет учесть многие системные факторы, влияющие на реализацию инвестиционных и технических проектов в энергетике;

- оценка сравнительной эффективности проекта ПСЭ проводится по принципу сравнения варианта его реализации с вариантами отказа от его реализации и реализацией альтернативного проекта замещения выбывающей мощности. При этом если сравнение вариантов “с проектом” и “без проекта” не вызывает особых методических трудностей, то сравнение вариантов “с проектом” и “с альтернативным проектом” имеет ряд аспектов, требующих методических уточнений;

- анализ альтернативных проекту ПСЭ вариантов замещения выбывающих (в случае отказа от ПСЭ) мощностей энергоблоков АЭС и выбор наиболее эффективного осуществляется в основном в рамках проведения маркетинговых исследований рынка электроэнергии, на котором функционирует рассматриваемая АЭС. Высокий уровень социально-экономической значимости такого инвестиционного проекта, как ПСЭ энергоблока АЭС, требует более глубокого анализа альтернативных инвестиционных проектов.

Опыт технико-экономического обоснования проектов ПСЭ энергоблоков АЭС показывает необходимость совершенствования существующей методики с целью обеспечения комплексного подхода к оценке экономической эффективности, учитывающего взаимосвязь инвестиционных процессов и системных факторов в энергетике.

Основы комплексного подхода к оценке экономической эффективности проектов ПСЭ.

Энергетика относится к числу системообразующих отраслей экономики, любые изменения в которых существенно влияют на экономику и социальную сферу регионов.

Концепция системных (комплексных) исследований в энергетике основывается на следующих положениях:

- технико-экономическое обоснование сравниваемых вариантов технических решений, которое заключается в отборе конкурирующих вариантов;

- количественный и качественный анализ вариантов, приведение их к сопоставимому виду, обоснование совокупности взаимосвязанных производств, объектов), принимаемых к рассмотрению;

- обеспечение тождественности учета основных влияющих факторов [3].

Использование комплексного подхода к оценке экономической эффективности проектов ПСЭ энергоблоков АЭС заключается в:

- повышении значимости процесса отбора альтернативного варианта ввода замещающих мощностей для оценки сравнительной эффективности с учетом региональных особенностей и перспектив развития различных типов энергоустановок. При таком масштабе проекта и его существенном влиянии на экономику региона целесообразность замещения мощности должна определяться не только маркетинговыми исследованиями, но и программами развития отрасли, стратегиями развития региона и страны, и т.д.;

- повышении значимости оценки сравнительной эффективности проекта ПСЭ с целью учета системных связей в энергетике, определение ключевых показателей сравнительной эффективности;

- обеспечении условий сопоставимости различных проектов при оценке сравнительной эффективности, например, при сравнении проектов с различными по продолжительности расчетными периодами;

- обеспечении учета особенностей текущего и прогнозируемого макроэкономического окружения, например, через применение переменной



нормы дисконта для учета нестабильного уровня инфляции и получения более достоверных значений ЧДД.

Стратегия развития отечественной электроэнергетики в ближайшие 10-15 лет определена “Генеральной схемой размещения объектов электроэнергетики до 2020 г.” (далее по тексту – “Генеральная схема...”), а также “Энергетической стратегией России на период до 2020 г.” (далее по тексту – “Энергетическая стратегия...”). Указанные документы разработаны Правительством РФ и определяют цели, задачи и основные направления долгосрочной энергетической политики государства на соответствующий период с учетом складывающейся внутренней и внешней ситуации в энергетическом секторе и его роли в обеспечении единства экономического пространства Российской Федерации, а также политического, макроэкономического и научно-технологического развития страны [4].

Согласно “Генеральной схеме...”, приоритетными видами энергоустановок, которые планируется развивать в России, являются атомная и гидроэнергетика, угольная энергетика, а также

новые технологии газовой энергетики – парогазовые установки.

Особенности регионального развития различных типов энергоустановок, определенные “Энергетической стратегией...”, приведены в табл. 1.

Таким образом, при определении замещающих мощностей, альтернативных проекту ПСЭ энергоблока АЭС, необходимо ориентироваться на региональные приоритеты развития различных типов энергоустановок. Это обеспечит единство методического подхода к обоснованию исходных данных для оценки сравнительной эффективности проекта ПСЭ. Выбор типа энергоустановки должен осуществляться также с учетом анализа особенностей и конкурентных преимуществ рассматриваемого региона. В ходе такого анализа необходимо учитывать основные географические и социально-экономические особенности региона.

Одним из ключевых аспектов оценки экономической эффективности ПСЭ энергоблока АЭС, согласно существующей методике, является проведение маркетингового исследования

Таблица 1

Типы энергоустановок

Регион размещения / Тип энергоустановки	ТЭЦ на газе	ТЭЦ на угле	АЭС	ГЭС	Альтернативные источники энергии
1 Центральный федеральный округ	+ модернизация, тех. перевооружение	–	+	+ модернизация, тех. перевооружение	–
2 Северо-Западный федеральный округ	+ модернизация, тех. перевооружение	–	+	+ модернизация, тех. перевооружение	+
3 Южный федеральный округ	–	–	+	+	+
4 Приволжский федеральный округ	+ модернизация, тех. перевооружение	–	+	–	–
5 Уральский федеральный округ	–	+ модернизация, тех. перевооружение	+	–	–
6 Сибирский федеральный округ	–	+	–	+	+
7 Дальневосточный федеральный округ	–	–	–	+	+

рынка электроэнергии, на котором функционирует рассматриваемая АЭС. Данные исследования проводятся с целью анализа сильных и слабых сторон АЭС и конкурирующих с ней производителей электроэнергии в регионе, анализа спроса и предложения на рынке электроэнергии, оценки спроса на продукцию рассматриваемой АЭС.

Полученные в ходе такого анализа данные используются при оценке сравнительной эффективности проекта ПСЭ энергоблока АЭС и альтернативного проекта строительства замещающих мощностей. Опыт проведения маркетинговых исследований в атомной энергетике позволяет сделать вывод о необходимости учета перспектив развития новых энерготехнологий как одного из факторов, влияющих на конкурентоспособность АЭС.

Например, основными конкурентами АЭС в регионах Центра и Северо-Запада России, судя по структуре генерирующих мощностей в данных регионах и результатам проведенных исследований, являются КЭС на основе парогазовых технологий (ПГУ). Исходя из этого, подлежат тщательному анализу макроэкономические факторы, влияющие на сравнительную конкурентоспособность КЭС и АЭС (цены на природный газ, тарифы на электрическую и тепловую энергию, величина ставки дисконтирования).

Важной является проблема учета неопределенности исходной информации при анализе конкурентоспособности инвестиционных проектов, так, предполагаемое изменение оптовой цены на природный газ вследствие либерализации рынка может стать одним из существенных факторов, определяющих конкурентоспособность АЭС по сравнению с ПГУ.

Необходимо также обеспечить сопоставимость показателей различных как в техническом, так и в экономическом плане проектов. Например, при выборе в качестве альтернативного варианта строительства КЭС с ПГУ или АЭС возникает проблема сравнения показателей эффективности данного проекта с показателями проекта ПСЭ, имеющими разную продолжительность горизонта расчета (до 60 лет – для нового энергоблока АЭС и до 20 лет – для проекта ПСЭ).

Существует несколько условий обеспечения сопоставимости технических проектов, основные из них сводятся к следующим:

- 1) обеспечение одинакового энергетического эффекта для потребителя;
- 2) обеспечение оптимального технического

уровня сравниваемых проектов;

- 3) обеспечение равной надежности энергоснабжения потребителей;
- 4) удовлетворение требований по безопасности и охране окружающей среды;
- 5) обеспечение одинаковых экономических условий проведения расчетов;
- 6) учет сопряженных затрат.

Принятая в существующей методике оценки эффективности проектов ПСЭ форма представления исходных данных и результатов оценки сравнительной эффективности проекта ПСЭ энергоблока АЭС основана на сопоставлении чистого дохода от реализации каждого из вариантов, с учетом дополнительных затрат в случае отказа от реализации проекта ПСЭ.

Предлагается дополнить форму представления исходных данных и результатов оценки сравнительной эффективности, включив в нее основные технико-экономические показатели, а также показатели экономической эффективности проектов, приведенные в сопоставимый вид.

Кроме основных показателей экономической эффективности, для более наглядного и корректного сравнения рассматриваемых проектов в качестве дополнительного предлагается использовать показатель удельной стоимости производства электроэнергии по каждому варианту, широко использующийся, в частности в Канаде, для сопоставления различных в технологическом плане проектов в электроэнергетике [5].

Данный показатель, представляющий собой отношение суммарных дисконтированных эксплуатационных и инвестиционных затрат, связанных с реализацией проекта, к планируемому суммарному отпуску электроэнергии, позволяет оценить среднюю (в пределах горизонта расчета) стоимость производства 1 кВт.ч электроэнергии по каждому из сравниваемых вариантов, выраженную в руб./кВт.ч.

Показатель удельных затрат на производство электроэнергии (C_3) рассчитывается по формуле (при проведении расчетов в текущих ценах):

$$C_3 = \sum_{t=0}^T \frac{(C_t + I_t) \times (1 + E)^{-t}}{W_t},$$

где: C_t – эксплуатационные затраты на t -ом шаге, млн. руб. в текущих ценах; I_t – инвестиционные затраты на t -ом шаге, млн. руб. в текущих ценах; W_t – отпуск электроэнергии на t -ом шаге, млн. кВт.ч; E – ставка дисконтирования; T – горизонт расчета; t – шаг расчета, год, $t = 0, 1, 2, \dots, T$.



Изложенные выше предложения позволяют сформировать единый методический подход к технико-экономическому обоснованию проектов ПСЭ энергоблоков АЭС, повысить

точность расчетов и обеспечить более обоснованную интерпретацию результатов оценки экономической эффективности проектов ПСЭ энергоблоков АЭС.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сайт Международного агентства по атомной энергии (МАГАТЭ), www.iaea.org.
2. Приказ ФГУП Концерн "Росэнергоатом" № 223 от 21.03.2005 г. "О методических основах оценки эффективности инвестиционных проектов и программ".
3. **Артюгина И.М.** Экономика ядерной энергетики.

СПб., Изд-во СПбГПУ, 2006.

4. "Энергетическая стратегия России на период до 2020 года", утвержденная распоряжением Правительства РФ № 1234-р от 28.08.2003 г.

5. Сайт Canadian Nuclear FAQ, <http://www.nuclearfaq.ca>.

Малый В.Г., Литовченко В.В.

ОТБОР СТРАТЕГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ КАК ОБЪЕКТОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Инвестиционная стратегия является одной из наиболее важных функциональных стратегий предприятия. Она в первую очередь призвана своевременно обеспечивать имеющимися инвестиционными ресурсами нужные объекты инвестирования с целью реализации целей предприятия, поставленных в рамках генеральной стратегии его развития. Инвестиции в различные объекты предприятия и сферы его функционирования являются практически единственным источником их обновления и развития, приводящего к достижению целей предприятия, поставленных в рамках генеральной стратегии. Таким образом, инвестиционная стратегия очень тесно связана с другими функциональными стратегиями предприятия в силу того, что также является одним из средств их реализации. В связи с этим очень важным является вопрос об определении факторов целей генеральной стратегии, на которые необходимо повлиять в рамках реализации инвестиционной стратегии предприятия.

На сегодняшний день наиболее часто употребляемой целью генеральной стратегии успешных предприятий США и Европы является рост рыночной стоимости. Рост стоимости предприятия как основной индикатор правильного развития является научно обоснованным и вполне объясним логически с точки зрения собственника предприятия, так как любой собственник капитала заинтересован в увеличении его сто-

имости. Но на практике рыночную стоимость предприятия определить довольно непросто, не начав переговоры о его продаже, даже если оно является акционерным и его акции свободно котируются на бирже. Таким образом, несмотря на наличие ряда научных подходов к определению стоимости предприятия (в большинстве они не учитывают стоимость интеллектуального капитала и базируются на бухгалтерских и финансовых показателях), необходим некоторый набор объектов управления, которые генерируют ценность предприятия и по сути определяют его рыночную стоимость.

По мнению автора статьи, рыночная стоимость предприятия определяется тремя главными факторами:

- ресурсы предприятия;
- стратегическая конкурентная позиция;
- доходность.

Ресурсы предприятия представляют собой материальные и нематериальные объекты, которыми предприятие может распоряжаться в долгосрочной перспективе с целью получения дохода. К ним можно отнести производственные фонды, финансовые ресурсы, объекты интеллектуального капитала – такие как торговая марка, результаты НИОКР, качество персонала и команды менеджеров, и др. Стратегическая конкурентная позиция во многом определяется ресурсами и определяет положение предприятия в целом во внешней среде, на рынке относитель-

но конкурентов, а также стадию жизненного цикла предприятия и его продуктов. Доходность определяется положительным экономическим эффектом, выражающимся в отдаче на капитал в форме дохода и прибыли. Способность предприятия генерировать доход в форме денежных потоков и во многом зависит от первых двух факторов. Безусловно, данные факторы необходимо разложить на множество факторов порядками ниже, которые можно измерить количественно и которыми можно управлять в рамках реализации инвестиционной стратегии.

Первоначальной задачей является определение фазы жизненного цикла, на которой находится предприятие. От этого очевидно зависит генеральная стратегия предприятия и значимость конкретных факторов в общем наборе. Например, на стадии «юности» предприятие как правило применяет стратегию роста, а на фазе стабилизации стратегию «сбора урожая».

Стратегические факторы по своей природе обладают разной степенью управляемости. Например, факторы внешней среды в большинстве своем слабо управляемы, либо вовсе не являются управляемыми. Тем не менее, ряд факторов которыми предприятия не может управлять, также являются стратегическими и их действие необходимо учитывать. Классифицировать факторы по степени управляемости можно логическим экспертным путем, по ряду факторов можно проследить зависимости между инвестиционным воздействием на связанный объект и изменение фактора статистически из опыта деятельности самого предприятия и конкурентов, если такая информация доступна. Например, можно проследить зависимость объема продаж от объема инвестиций в рекламу и брэнд.

Далее также необходимо классифицировать факторы 2-го и последующего уровней по степени значимости, то есть влияния на целевые факторы. Это также может быть сделано как экспертно, так и математически. В результате необходимо отсеять незначительные факторы, так как качество управления обратно пропорционально их числу.

Также необходимо исследовать изменчивость факторов под влиянием внешней среды для прогнозирования. Такой анализ можно провести по отклонениям от среднего (путем расчета среднеквадратического отклонения значений фактора от средней величины за период), либо построением долгосрочных трендов. На основе трендовых моделей, либо на основе функции, характеризующей

поведение фактора во времени, необходимо построить прогнозы изменения факторов на период разработки стратегии. Наиболее целесообразно при построении прогнозов использовать прогнозные сценарии динамики значений наиболее значимых факторов. Для этого можно воспользоваться несколькими методами прогнозирования и внести поправки экспертным путем.

Алгоритм отбора факторов – объектов управления в рамках инвестиционной стратегии предприятия можно представить следующим образом (см. рис. 1).

На основе существующих научных подходов к моделям факторов, в том числе ССП, три главных фактора стоимости были разложены на пять групп факторов, каждая из которых представляет из себя проекцию развития предприятия (представлено на рис. 2) и вносит вклад в его рыночную стоимость. Цветом выделены проекции, на которые возможно и необходимо влиять напрямую в рамках реализации инвестиционной стратегии. Проекция «Клиенты», «Бизнес-процессы», «Ресурсы и развитие», «Финансы» содержат в себе конкретные объекты направления инвестиционных средств, что делает возможным управление векторами развития данных проекций в рамках инвестиционной стратегии.

При этом проекция «Финансы» в качестве объектов инвестирования содержит только инструменты фондового рынка, а также рынка капиталов, на которых предприятие может выступать игроком с целью получения дохода. В свою очередь ценность финансовых активов, собственником которых является предприятие (например долей в капитале других предприятий или их долговых обязательств) также вносит вклад в рыночную стоимость предприятия-собственника и является одним из источников генерирования денежного потока от финансовой деятельности. В остальном, финансовые факторы стоимости являются производными от операционной и инвестиционной деятельности предприятия и не являются объектами инвестирования.

Проекция «Поставщики и кредиторы» содержит факторы стабильности и качества отношений с внешними партнерами предприятия и определяется в большей части качеством менеджмента. Объектов для инвестирования данная проекция не содержит, но тем не менее факторы стабильности и качества партнерских отношений очень важны, так как во многом определяют стратегическую конкурентную позицию предприятия.

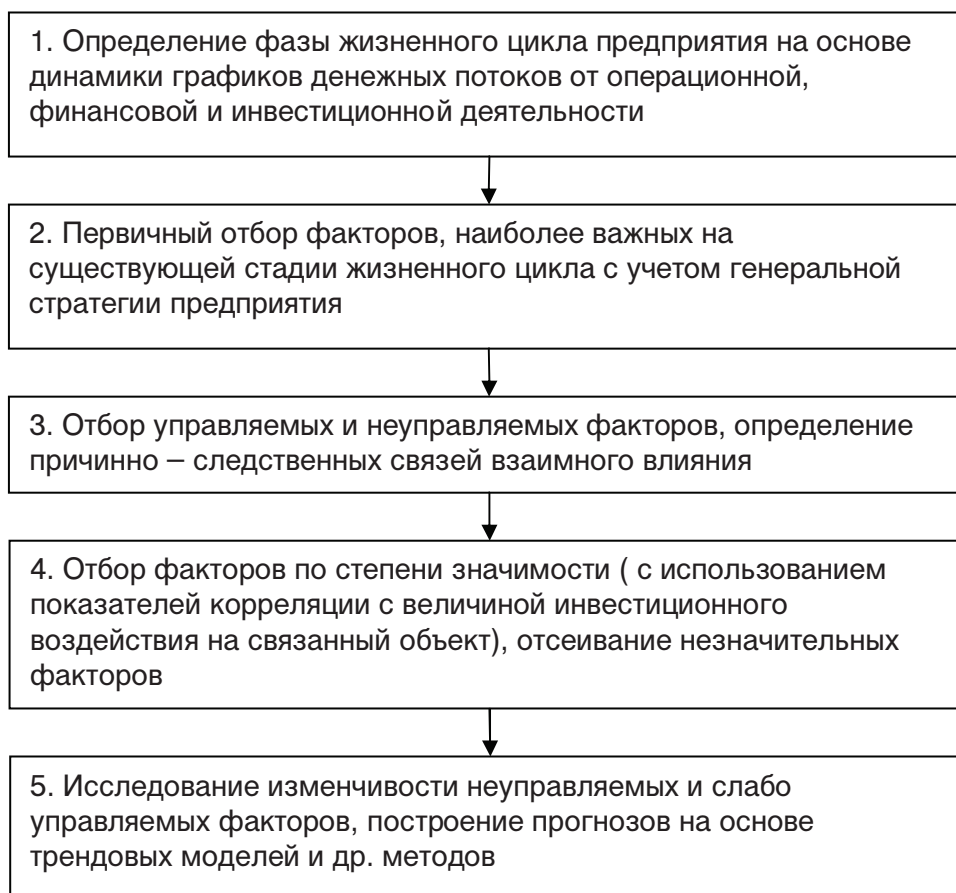


Рис. 1. Последовательность отбора факторов

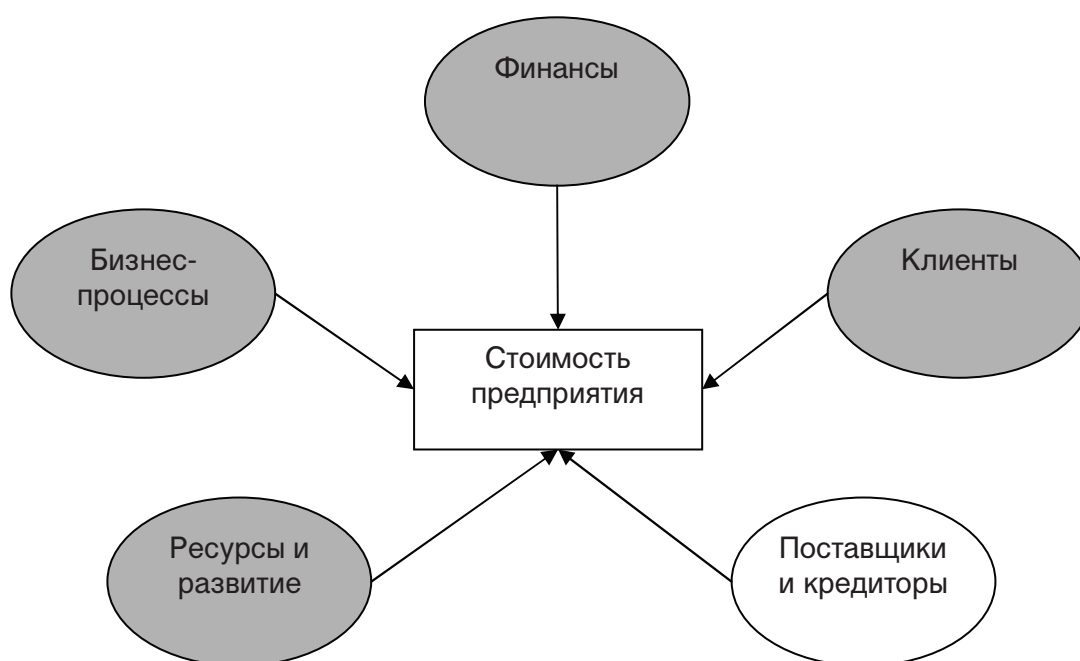


Рис. 2. Проекция факторов стоимости предприятия

Таблица 1

Карта объектов инвестирования предприятия

Проекция	Генеральные факторы	Факторы верхнего уровня	Объекты инвестирования / направления вложений
Финансы	Денежный поток	ДП от финансовой и инвестиционной деятельности	Доли в капитале других предприятий, инструменты фондового рынка, долговые обязательства
	Чистая прибыль	Прибыль от операций на фондовом рынке и рынке капиталов	
	Ликвидность	Объем инвестируемых собственных средств в фондовый рынок и рынок капиталов	
	Риск	Уровень рискованности применяемых финансовых инструментов, обеспеченность средствами на финансовую и инвестиционную деятельность	
Клиенты	Доля рынка	Объем продаж, жизненный цикл продукта, обеспеченность каналами сбыта	Рекламные кампании, PR – акции, брэнд, торговые марки, система обслуживания клиентов, торговая сеть, маркетинговые исследования
	Лояльность клиентов	Количество клиентов, время работы с клиентами, упущенные клиенты, новые клиенты, удовлетворенность клиентов	
Бизнес - процессы	Производство	Объем выпуска, производственный цикл, технологии, обновление основных фондов, обеспеченность производственными площадями и оборудованием, производительность труда, возраст оборудования, загрузка оборудования	Производственные фонды, оборудование, производственные площади, разработка КД и технологий производства, система контроля качества
	Качество	Брак в производстве, выявленный брак клиентами, система менеджмента качества	
	Логистическое обслуживание	Каналы распределения, обеспеченность складскими площадями, транспортная обеспеченность	Транспортный парк, складские площади
Ресурсы и развитие	Персонал	Оргструктура, квалификация, текучесть кадров, удовлетворенность персонала, привлечение высококвалифицированных сотрудников	Обучение персонала и менеджмента, тренинги, социальные программы стимулирования, корпоративные программы, НИОКР, ИТ – технологии, информационная система предприятия, сертификация процессов
	Инновации	Количество и качество инноваций, доля успешно внедренных инноваций	
	Культура управления	Стабильность команды, лидерство, гибкость, лояльность персонала, опыт	

На основе выделенных проекций была составлена универсальная карта объектов воздействия в рамках инвестиционной стратегии предприятия. При ее составлении были учтены связи между факторами каждой из проекций с потенциальными объектами инвестиционных вложений.

Предложенная карта может быть во многом универсальной. Это достигается благодаря возможности варьирования значений целевых стратегических нормативов в рамках генераль-

ной стратегии в зависимости от их приоритета в конкретных условиях состояния внешней и внутренней среды предприятия. Как уже отмечалось ранее, такие условия во многом зависят от конъюнктуры рынка и фазы жизненного цикла предприятия. Исходя из них, менеджменту предприятия необходимо определить так называемые “узкие места” – те факторы, которые сдерживают дальнейшее развитие предприятия по каждой из проекций и воздействовать на которые необходимо в первую очередь, если

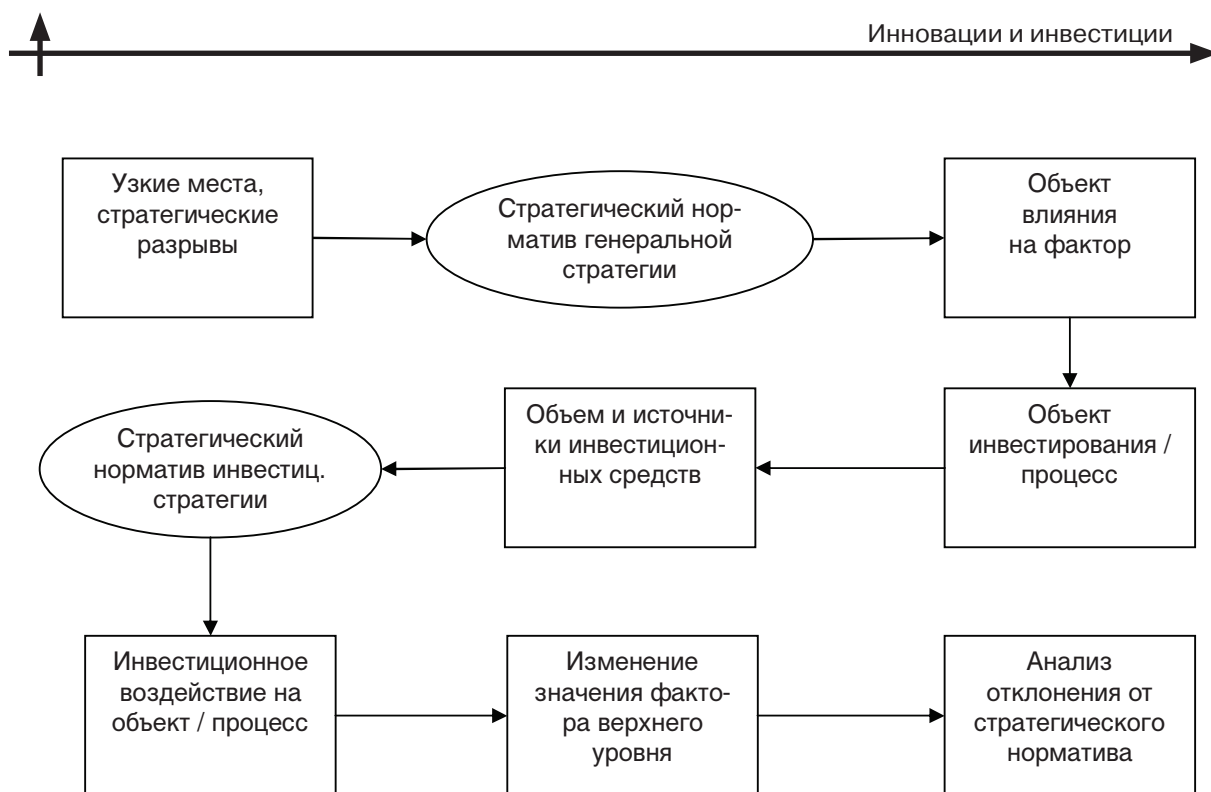


Рис. 3. Цикл инвестиционного воздействия в рамках стратегии

это является возможным. В рамках построения инвестиционной стратегии интересны те стратегические нормативы, значения которых будут генерироваться под влиянием объектов инвестиционного воздействия. Таким образом, стратегические нормативы генеральной стратегии предприятия могут быть поставлены по каждому из факторов верхнего уровня как в денежном, так и неденежном выражении (см. табл. 1) (необходимо учитывать, что в карту объектов инвестирования внесена лишь та часть факторов верхнего уровня, которая в свою очередь находится под воздействием объектов инвестирования).

Далее, на основе установленных причинно-следственных связей между факторами и объектами влияния, задаются стратегические нормативы по инвестиционной деятельности. Базой для них служит значение стратегических нормативов в рамках генеральной стратегии, объем имеющихся у предприятия инвестиционных ресурсов, приоритеты воздействия на конкретные факторы. Целевые стратегические нормативы в рамках инвестиционной стратегии задаются в денежно-временном, либо процентном выражении. Это может быть целевое значение инвестиционных средств, которые необходимо направить на тот или иной объект влияния с предполагаемым “периодом окупаемости”, либо процентное изменение объема инвестиционных средств,

направляемых на некий объект или процесс за период планирования.

“Периодом окупаемости” в общем случае является срок достижения фактором верхнего уровня порога целевого стратегического норматива, то есть это может быть не только величина, выраженная в денежном выражении.

Таким образом, использование карты объектов инвестирования при разработке и реализации инвестиционной стратегии позволяет:

- обеспечить оптимальный отбор факторов с точки зрения значимости и влияния на цели генеральной стратегии предприятия;
- взаимно увязать цели генеральной и инвестиционной стратегии;
- определить причинно-следственные связи между факторами верхнего уровня и объектами влияния и установить первоочередные направления инвестиционных воздействий;
- выделить “узкие места”, сдерживающие развитие предприятия в рамках каждой из проекций;
- установить выполнимые цели в рамках стратегий за счет задания достижимых значений целевых стратегических нормативов по инвестиционным влияниям;
- достичь сбалансированности генеральных и инвестиционных целей с точки зрения обеспечения устойчивого роста предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента. Т. 1. К.: Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. 536 с.
2. Блохин В.Г. Инвестиционный анализ. Ростов н/Д: Феникс, 2004.
3. Бочаров В.В. Инвестиции. СПб.: Питер, 2003.
4. Коробков А. The Balanced Scorecard (сбалансированная система показателей) – новые возможности для эффективного управления. Управление компанией, 2002, <http://www.valex.net/articles/bsc.html>.
5. Кулешевич Е.И., Филонович С.Р. Модели жизненных циклов организаций. В кн.: Виханский О. С., Наумов А. И. (ред.). Менеджмент: век XX – век XXI. М.: Экономистъ. 2005. 304–320 с..
6. Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал с. Стратегический процесс / Пер с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2001. 688 с.

Шкорубская С.А.

ВКЛАД ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ И ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИЕ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Повышение рыночной стоимости предприятия является важнейшей целью всего менеджмента предприятия, так как выступает условием получения ими основного стандартного дохода с вложенного в предприятие капитала.

В самом деле, если обозначить Y как годовой (месячный, квартальный) совокупный доход акционера (инвестора, пайщика) предприятия, то он составляется из дивидендов (Div), выплачиваемых из текущих чистых (за вычетом расходов по обслуживанию долга и налога на прибыль) прибылей предприятия, и разницы в рыночной стоимости принадлежащей акционеру (пайщику) предприятия ее доли между той, какой она была на начало соответствующего периода ($\Pi_{\text{нп}}$), и той, какой она стала в конце периода ($\Pi_{\text{кп}}$):

$$Y = Div + (\Pi_{\text{кп}} - \Pi_{\text{нп}}).$$

Иных стандартных доходов с вложенного в предприятие капитала не существует – во всяком случае, для тех инвесторов, которые не контролируют фирму и не могут применить такие нестандартные способы получения дохода с фирмы, как, например, изъятие с предприятия денежных потоков до того, как они дойдут до фирмы, когда контролирующей ее акционер или пайщик заставляет предприятие продавать выгодную продукцию по ценам, которые ниже рыночных, специально учрежденному тем же инвестором предприятию, перепродающему такую продукцию по высоким рыночным ценам.

Цены на долю акционера (пайщика) на предприятии не обязательно должны быть непосредственно котированными на фондовом рынке. Они могут быть договорными в расчете на поиск инвестором иного,

сменяющего его на предприятии акционера или пайщика. При этом, даже если перепродажа доли в данном периоде и не осуществляется, можно считать, что доход у акционера (пайщика) предприятия в виде разницы на росте рыночной стоимости его доли в предприятии все равно имеет место, потому что его воплощенное в акциях (паях) предприятия “богатство” возрастает.

Доход акционера (пайщика) в виде разницы ($\Pi_{\text{кп}} - \Pi_{\text{нп}}$) является для него главным, когда предприятие, где ему принадлежит доля, еще не получает больших текущих чистых прибылей и не может уплатить дивидендов. Это справедливо даже для крупных инвесторов предприятия. Для более же мелких акционеров дивиденды вообще являются мало предсказуемым (рискованным) видом дохода в силу того, что они не могут управлять дивидендной политикой фирмы.

Очевидно, что рассматриваемый доход полностью зависит от роста рыночной стоимости всего предприятия – что и требовалось доказать.

Создание и освоение инноваций (инновационные проекты) играют особую роль в нацеленном на рост рыночной стоимости компании управлении предприятием, так как позволяют рассчитывать на этот рост с опережением – уже тогда, когда выявится тренд увеличения прибылей предприятия в результате фактического освоения коммерчески выгодной инновации (появления на рынке нового продукта, по которому наметилось наращивание продаж, уверенного снижения издержек производства и сбыта благодаря внедрению новой ресурсосберегающей либо ресурсозаменяющей, импортозамещающей технологии).



Иначе говоря, цель контролирующих предприятие-инноватора крупных акционеров (рост рыночной стоимости компании и предварительно приобретенной доли в ней) достигается в этом случае раньше – что, очевидно, соответствует интересам указанных инвесторов.

Повышение рыночной стоимости фирмы, если она является открытым акционерным обществом (что характерно для более крупного бизнеса, испытывающего необходимость покрывать свою потребность в дополнительных инвестициях, в том числе посредством выпуска и размещения на фондовом рынке своих новых, а также ранее выкупленных акций), служит и важнейшей целью менеджмента с точки зрения самих менеджеров.

Это объясняется тем, что менеджеры заинтересованы в поддержании и увеличении оборота (продаж) предприятия, так как источником их основных доходов и влияния является возможность распоряжаться значительными средствами предприятия, используя их и свою в этом случае более социально значимую позицию, в том числе и на свои нужды¹. Поддержание же и тем более увеличение оборота (продаж) фирмы невозможно обеспечить без привлечения дополнительных инвестиций на пополнение оборотных средств, конкурентоспособности продукции и поставок, развитие. В качестве источников подобных инвестиций для большого бизнеса уже недостаточно лишь самофинансирования из прибылей и амортизационного фонда, а также заемного финансирования.

Следовательно, они должны заботиться о том, чтобы рыночная котировочная (лучше – средняя по фактически осуществляемым сделкам) стоимость акций их предприятия возрастала, так как тогда за новые акции, размещаемые на фондовом рынке, можно получить быстрее и больше средств на инвестиции.

Менеджеры открытых акционерных обществ также вынуждены заботиться хотя бы о неуменишении рыночной стоимости руководимых ими фирм, потому что в противном случае может уменьшиться кредитоспособность предприятия, понимаемая как лимит выделяемых ему кредитов. Кредиторы могут его сократить, реагируя на тревожный «сигнал» о финансовом состоянии заемщика, который подается фондовым рынком как раз в виде снижения рыночной стоимости акций заемщика.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что одной из очень серьезных целей и в антикризисном управлении финансово нездоровым предприятием (в его финансовом оздоровлении) должно выступать повышение рыночной стоимости такого предприятия. Это особенно характерно для более долгосрочных бизнес-планов финансового оздоровления.

Рассмотрение того, как будет повышаться стоимость компании по мере ее продвижения в осуществлении в принципе эффективного основанного на конкретной инновации инвестиционного проекта, (т. е.:

а) имеющего положительную чистую текущую стоимость NPV ;

б) внутреннюю норму рентабельности (IRR), которая значительно превышает текущую рыночную ставку процента;

в) дисконтированный срок окупаемости (DPB), меньший, чем временной горизонт надежной прогнозируемости денежных потоков по проекту, соответствует наиболее быстро развивающейся и популярной современной концепции эффективного менеджмента – концепции менеджмента, ориентированного на рост рыночной стоимости акций предприятия.

Применительно же к предприятиям, учреждаемым для реализации вновь начинаемого инновационного проекта, в том числе антикризисного, ориентация в управлении ими (включая составление их бизнес-плана) сначала на рост оценочной рыночной стоимости практически означает ориентацию на то, чтобы после вывода акций этих предприятий на фондовый рынок (что будет нужно для привлечения нового капитала в результате эмиссии дополнительного количества обыкновенных акций) стоимость акций предприятия, которая сложится на фондовом рынке, была максимально высокой. Это позволит предприятию для дальнейшего своего развития привлечь больше средств и, в частности, еще более расширить объем выпуска и продаж ранее освоенной рентабельной продукции.

Расчетная оценка вклада конкретных инноваций в повышение стоимости предприятия

Оценка методом дисконтированного денежного потока

Определение вклада тех или иных предполагаемых инноваций в увеличение стоимости финансово-кризисного предприятия зависит от:

1) общей финансовой эффективности (*числой текущей стоимости, внутренней нормы доходности, срока окупаемости*), коммерческой перспективности (*срока полезной жизни*, т. е. прогнозируемого времени получения положительных

¹ Валдайцев С.В. Стратегии инвесторов предприятия и «агентская проблема». СПб., 1994.

чистых доходов от реализации соответствующей продукции) и *рискованности* новшества (неопределенности получения доходов по основанному на нем инвестиционному проекту);

2) *доступности предполагаемой инновации* для самофинансирования данным предприятием или финансирования ее за счет привлечения ограниченных сторонних источников партнерского и заемного капитала – особенно в части стартовых инвестиций, если проект по коммерциализации рассматриваемой новой технологии еще только предстоит начать;

3) *цели (определения) оценки стоимости* (оценка предприятия как *действующего* или как *закрываемого либо подлежащего значительным сокращениям* в объеме своих операций и занятых работников – они способны быть весьма разняющимися);

4) *метода оценки обоснованной рыночной стоимости* фирмы на данный момент и на интересующее оценщика будущее время (при использовании разных методов оценки могут получаться несколько отличные друг от друга величины);

5) *длительности прогнозного периода*, в течение которого будет осуществляться антикризисное управление, нацеленное на реализацию и проявление положительных результатов рассматриваемой инновации;

6) *уровня наблюдаемой инфляции и степени определенности инфляционных ожиданий* на срок полезной жизни инвестиционного проекта на основе возможной инновации (по крайней мере – на срок окупаемости капиталовложений в нее).

Раскрывая эти моменты, необходимо опираться на тот или иной конкретный метод оценки предприятия.

Если оценивать предприятие по *методу дисконтированного денежного потока*, то его обоснованную рыночную стоимость или максимально возможную цену $\Pi_{\max}$ за предприятие (когда обеспечивается достаточная конкурентность между потенциальными покупателями долевых участия в нём и общая цена за предприятие повышается до уровня, при котором чистая текущая стоимость капиталовложений инвесторов стремится к нулю) можно представить применительно к продолжению деятельности фирмы *без внедрения* того или иного рассматриваемого новшества и для случая его *внедрения*, сопоставив получаемые расчетные величины этой стоимости. Тогда вклад инновации в повышение стоимости предприятия как раз и окажется равным разнице между соответствующими оценками.

Применительно к случаю *невнедрения новшества* обоснованная рыночная стоимость предприятия будет равна остаточной текущей стоимости $PV_{\text{ост}}$ ожидаемых доходов (возможно, убытков) фирмы при простом продолжении ее операций, т. е. остаточной стоимости предприятия без внедрения на нем новшества:

$$\Pi_{\max} = PV_{\text{ост. без новш.}} = \sum_{j=1}^M \sum_{t_j=1}^{N_j} A_{t_j} \cdot \left[\left(\frac{1}{1+i_j} \right) \right]^{t_j},$$

где $j = 1, 2, 3, \dots, M$ – номера осуществляемых на предприятии проектов (выпускаемых продуктов); $t_j = 1, 2, 3, \dots, N_j$ – номера единичных периодов (годов, кварталов, месяцев), вплоть до номера периода окончания срока полезной жизни N_j проекта j ; A_{t_j} – ожидаемые денежные потоки (прибыли или убытки) предприятия при реализации уже осуществляемых проектов (при продолжении выпуска ранее освоенной продукции); i_j – индивидуальная ставка дисконта по конкретному проекту, из числа осуществляемых проектов, учитывающая его систематические или несистематические инновационные риски.

Применительно к случаю (обещаемому) отнюдь не на 100 % инициаторами проекта) *внедрения антикризисного новшества* обоснованная рыночная стоимость предприятия уже на момент внесения полной ясности с перспективами внедрения этого новшества (так, что на данный момент имеются подготовленное технико-экономическое обоснование проекта освоения нововведения или бизнес-план рассматриваемого проекта, а также налицо все конкурентные преимущества, лежащие в основе ожидаемых по проекту доходов, – патентные права, ноу-хау или уникальные специальные материальные активы, т. е. специальные технологическое оборудование и оснастка, специально оборудованная недвижимость и пр.) оказывается равной остаточной текущей стоимости ожидаемых доходов предприятия $PV_{\text{ост}}$, отличающейся от его остаточной текущей стоимости без учета внедрения новшества $\Pi_{\max}$ на чистую текущую стоимость $PV_{\text{ост. без новш.}}$ проекта освоения рассматриваемой инновации e :

$$\Pi_{\max} = PV_{\text{ост. без новш.}} + NPV_e,$$

где $NPV_e = -I_{0_e} + \sum_{t_e=1}^{N_e} A_{t_e} \cdot \left[\left(\frac{1}{1+i_e} \right) \right]^{t_e}$; $-I_{0_e}$ – стартовые инвестиции по проекту новшества e ; A_{t_e} – ожидаемые в периоды денежные потоки по новшеству e ; i_e – индивидуальная ставка дисконта, учитываю-



щая риски предпринимаемой инновации; N_e – срок полезной жизни новшества e .

Ставка дисконта при расчете остаточной текущей стоимости бизнеса должна определяться как доходность альтернативного вложения тех же средств и на тот же срок в бизнес либо инвестиционный актив, сопоставимые с оцениваемым бизнесом по его рискам.

Если:

- считать главными инвестиционными рисками относительно постоянные *риски отраслевой принадлежности* бизнеса (риски нестабильности спроса и конкуренции на характерных для данной отрасли;

- рынках сбыта, риски не стабильности предложения характерных для отрасли покупных ресурсов, контрактные риски взаимодействия с характерными для отрасли контрагентами и пр.) и измерять инвестиционный риск, как это принято в теории управления инвестиционными рисками, *изменчивостью дохода с рубля инвестированного капитала* (наиболее строго-среднеквадратическим отклонением σ этого до хода от его средней величины за прошлое время (ретроспективу) m равное предполагаемому сроку будущего инвестирования в оцениваемый бизнес, то наиболее естественным нерасчетным методом определения учитывающей риски бизнеса ставки дисконта может являться следующий.

Первое. На *фондовом рынке* – как на наиболее информационно “прозрачном” сегменте рынка капитала – необходимо найти такой публично обращающийся (регулярно торгуемый или хотя бы надежно котируемый) инвестиционный актив (например, ликвидные акции любой открытой компании), изменчивость доходности y покупки которого за указанное прошедшее время m была бы такой же, как и изменчивость доходности вложений в рассматриваемый бизнес.

Когда удастся найти такой актив, это будет означать, что на фондовом рынке обнаружен инвестиционный актив с тем же уровнем риска, что и оцениваемый бизнес.

Имея в виду, что изменчивость вложений в оцениваемый бизнес может быть определена в простейшем случае как изменчивость рентабельности собственного капитала (ROE) данного предприятия (или ближайшей к нему открытой компании-аналога той же отраслевой принадлежности), нужно, следовательно, найти такой инвестиционный актив, по которому бы наблюдалось:

$$\sigma_y = \sigma_{ROE},$$

где σ_y и σ_{ROE} – соответственно среднеквадратические отклонения доходности y актива и рентабель-

ности собственного капитала оцениваемого бизнеса (либо компании-аналога) в отдельные годы или месяцы ретроспективы m (y_t и ROE_t) от их средних ($\bar{y}$ и $\bar{ROE}$) годовых или месячных значений за это прошлое время m :

$$\sigma_y = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^m (y_t - \bar{y})^2}{m}},$$
$$\sigma_{ROE} = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^m (ROE_t - \bar{ROE})^2}{m}},$$

Второе. За ставку дисконта для оценки рассматриваемого бизнеса, т. е. за доходность, фактически компенсирующую (для инвесторов на фондовом рынке, которые могут быть и инвесторами данного предприятия) тот же уровень риска, что и в сопоставимой по риску инвестиционной альтернативе, тогда можно принять ту доходность y_0 охарактеризованного выше найденного на фондовом рынке инвестиционного актива, которая наблюдается в настоящее время (в текущем периоде с номером 0) из расчета цены его *фактически имеющих* место покупок и показывает, что именно такая доходность служит для потенциальных инвесторов достаточной компенсацией за риск на уровне:

$$\sigma_y = \sigma_{ROE}, \\ i = y_0.$$

Иначе говоря, если вкладывать средства не в оцениваемый бизнес, а в такой образом подобранный инвестиционный актив, то с каждого рубля инвестиции при том же уровне риска было бы возможно получать доход. Это и означает, что величина y_0 соответствует классическому определению ставки дисконта.

Другими словами, если иных инвесторов - участников фондового рынка подобный уровень доходности актива, который повысился в результате падения рыночной цены на него уже удовлетворяет в качестве уровня, *достаточно* компенсирующего риск актива (что видно из факта его покупок, когда доходность актива как раз достигает величины y_0), то такой же ($\sigma_y = \sigma_{ROE}$) риск бизнеса для тех же потенциальных инвесторов должен был бы компенсироваться той же минимально требуемой доходностью (нормой дохода) y_0 .

В соответствии с теорией управления инвестиционными рисками с точки зрения последнего сообщения еще более финансово корректным было бы принимать за ставку дисконта (понимаемую как

достаточно компенсирующую риск $\sigma_y = \sigma_{\text{ROE}}$ норму дохода) ту величину y (y_0) средней за ретроспективу m доходности равнорискованного инвестиционного актива, которая устанавливается в результате повышения доходности этого актива в текущем периоде до уровня y_0 .

Тогда ставку i действительно разумно считать за такую величину средней ожидаемой доходности инвестирования в бизнес на срок m , которая в достаточной мере компенсирует переносимую на это будущее изменчивость дохода с капиталовложения, характеризуемую показателем $\sigma_y = \sigma_{\text{ROE}}$. Экстраполировать же на будущее этот показатель можно, если считать (как это предполагалось выше), что главными в оцениваемом бизнесе являются относительно постоянные отраслевые риски.

Новшеств, по которым у предприятия имеются конкурентные преимущества или необходимые специальные материальные активы, может быть несколько – целое множество. Тогда, если предприятие будет готово эти новшества осваивать (будет иметь по ним качественно составленные

техничко-экономические обоснования и тем более бизнес-планы) и если эти новшества действительно коммерчески эффективны, то максимально выручаемая цена за предприятие окажется равной еще большей величине, а именно:

$$Ц_{\text{max}} = PV_{\text{ост. без новш.}} + \sum_{e=1}^t NPV_e,$$

где NPV_e – чистая текущая стоимость (ценность) каждого из проектов e реальных для предприятия инноваций.

Очевидно, может быть поставлен следующий вопрос: при каких условиях суммарная чистая текущая стоимость (NPV) рассматриваемых новшеств способна действительно увеличить рыночную стоимость предприятия, определяемую по уровню остаточной текущей стоимости $PV_{\text{ост}}$ его продуктовых линий (видов деятельности), и сделать его привлекательным для инвесторов?

Ответ на этот вопрос предполагает анализ моментов, которые сводятся к учету специфики оценки инвестиционных проектов на основе инноваций при анализе финансового положения кризисных предприятий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ковалев В.В. Методы оценки инвестиционных проектов / М.: Финансы и статистика, 2003. 127 с.
2. Валдайцев С.В. Стратегии инвесторов предпри-

ятия и “агентская проблема” / СПб. 1994. 57 с.

3. Воронов К.В. Коммерческая оценка инвестиционных проектов / СПб.: ИКФ “Альт” 2003. 21 с.

Клочкова Н.В., Иванова О.Е.

ОСНОВЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ КОМПАНИЙ

Современная российская электроэнергетика находится на этапе завершения фундаментальных преобразований, связанных с переходом на рыночные принципы ведения хозяйства, а также характеризуется коренным изменением отношений собственности, внедрением новых технологий, привлечением значительных инвестиционных ресурсов. В условиях деятельности на национальном оптовом рынке электроэнергии и мощности (НОРЭМ) целями электроэнергетических компаний становятся обеспечение конкурентного преимущества, повышение инвестиционной привлекательности и финансовой безопасности и, как следствие, рост рыночной стоимости компаний.

Актуальность оценки стоимости электроэнергетических компаний определяется тем, что рыночная стоимость — основной индикатор, на который ориентируются инвесторы при принятии решений о покупке или продаже акций компании. Следовательно, от максимально точной и объективной оценки рыночной стоимости компаний зависит объем привлеченных средств, которые компании затем смогут направить на инвестиции и расширение производственной базы [1].

Объектом исследования в статье являются распределительные сетевые компании (РСК), так как они являются вторым по масштабам классом электроэнергетических компаний после генерирующих компаний и являются основным связующим звеном между производителем электроэнергии и конечным потребителем.

Российские распределительные сетевые компании владеют одним из крупнейших в мире сетевых комплексов. Общая длина распределительных сетей РСК всех классов напряжений превышает 1,5 млн км. Отсутствие соответствующих инвестиций в распределительные сети закономерно привело к росту физического износа оборудования РСК до практически критического уровня в 65–75 %. При этом нор-

мальным уровнем физического износа является показатель 40–50 % [2]. Техническое состояние РСК обуславливает вложения в распределительные сети на период до 2010 г. в размере примерно 20 млрд долл. США, что сопоставимо со значением общей капитализации АО-энерго. Основными источниками инвестиций являются собственные средства компаний, кредитные ресурсы и вложения в совокупный капитал.

Вопросами оценки стоимости компании занимаются многие зарубежные и отечественные ученые, среди которых целесообразно отметить Ю. Бригхема, А. Дамодарана, Т. Коупленда, А. Маршалла, Дж. Мурина, С.Н. Бирга, Л.Д. Гительмана, В.Е. Китушина, Б.Е. Ратникова, В.И. Эдельмана.

К методологическим основам оценки стоимости РСК относятся соответствующие принципы, механизмы и методы.

В практике оценки стоимости компаний выделяют три группы принципов (рис. 1):

- основанные на представлениях собственника;
- связанные с эксплуатацией собственности;
- обусловленные действием рыночной среды.

Оказывая управленческое воздействие на внутренние и внешние факторы, такие как постоянные издержки, масштаб инвестиций, структура источников финансирования и другие, можно оказывать влияние и на стоимость компании в целом. Определенные параметры хозяйственной деятельности компании непосредственно влияют на ее стоимость, так как их изменение поддается анализу и прогнозированию, а главное — управлению со стороны внутренних стейкхолдеров (рис. 2).

В зарубежных странах используется множество различных методов оценки стоимости электроэнергетических компаний. В теории оценки стоимости в российских электроэнергетических

компаниях некоторые из существующих методов либо не используются, либо используются не полностью, в результате этого в практической деятельности не всегда обеспечивается всесторонняя, полная и объективная оценка.

Авторы выделяют несколько методов оценки стоимости компаний [3]:

- доходный подход;

вого бизнеса являются не прогнозируемые прибыли, а денежные потоки. Будущие денежные потоки определяются на основе чистых прибылей от бизнеса (валового дохода за минусом операционных издержек, процентов за кредит и налога на прибыль) с корректировкой их таким образом, чтобы максимально отразить сальдо поступлений и платежей.



Рис. 1. Принципы оценки стоимости компаний

- затратный (имущественный) подход;
- сравнительный (рыночный) подход.

В статье рассматривается метод дисконтированных денежных потоков (*DCF – Discounted Cash Flow*) как одна из составляющих доходного подхода, так как именно величина генерируемых денежных потоков определяет рыночную стоимость распределительной сетевой компании в ближайшей перспективе.

Метод DCF предполагает, что измерителем будущих доходов от распределительного сете-

Бездолговой денежный поток не отражает планируемого движения и стоимости кредитных средств, используемых для финансирования инвестиционного процесса, поэтому дисконтирование должно осуществляться по ставке, равной средневзвешенной стоимости капитала предприятия.

Денежный поток для распределительной сетевой компании определяется следующим образом [4]:

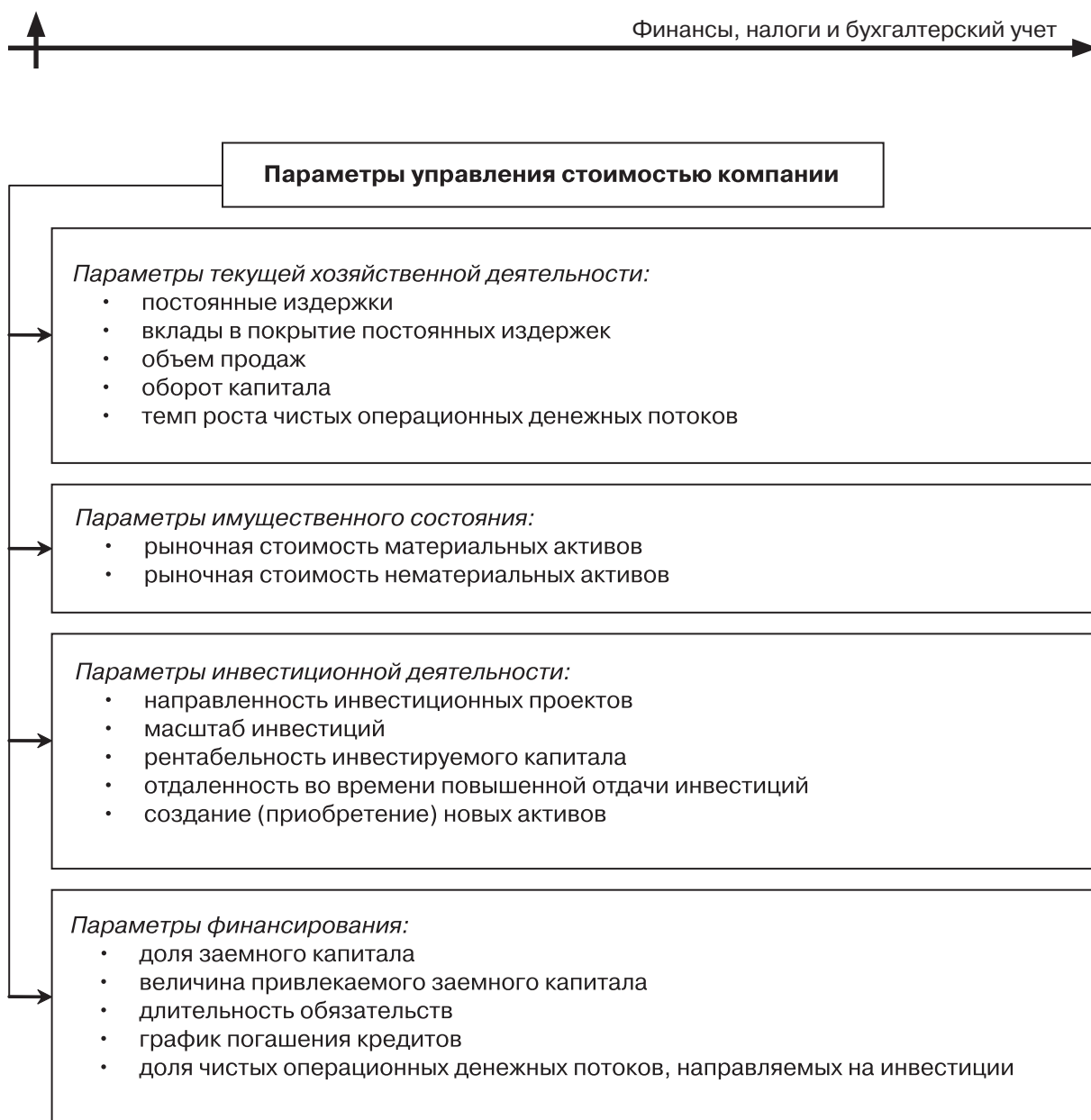


Рис. 2. Первичные параметры управления стоимостью компании

$$CF = P + Am - CI - WCI, \quad (1)$$

где CF — денежный поток;

P — прибыль;

Am — амортизационные отчисления;

CI — капитальные вложения;

WCI — прирост оборотного капитала.

В табл. 1 приведен расчет денежных потоков для ОАО «МРСК Центра» за период с 2007 до 2016г.

На рис. 3 приведены значения выручки, валовой прибыли и денежного потока для ОАО «МРСК Центра».

Таблица 1

Расчет денежных потоков МРСК Центра (млн долл. США)

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012
Выручка	1391,5	1592,4	1748,3	1898,3	2022,7
Себестоимость	(1102,7)	(1226,2)	(1299,5)	(1376,8)	(1443,2)
Валовая прибыль	288,8	366,3	448,8	521,5	579,5
Амортизационные отчисления	131,2	139,0	143,2	147,4	145,3
Капитальные вложения	(213,7)	(223,4)	(218,1)	(147,4)	(145,3)

Окончание табл. 1

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012
Прирост оборотного капитала	(19,7)	(9,0)	(8,9)	(8,2)	(7,1)
Денежный поток	186,6	272,9	365	513,3	572,4
Выручка	2138,8	2261,5	2391,4	2528,6	181,7
Себестоимость	(1507,0)	(1570,5)	(1635,2)	(1699,3)	154,1
Валовая прибыль	631,7	691,0	756,1	829,4	287,2
Амортизационные отчисления	143,1	141,0	138,9	136,9	104,3
Капитальные вложения	(143,1)	(141,0)	(138,9)	(136,9)	64
Прирост оборотного капитала	(6,8)	(7,2)	(7,6)	(8,0)	40,6
Денежный поток	624,9	683,8	748,5	821,4	440,2

Стоимость предприятия на основе DCF (дисконтированного денежного потока) будет определяться по формуле

$$EV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+i)^t}, \quad (2)$$

где EV — стоимость предприятия;

CF_t — денежный поток в период t ;

i — ставка дисконтирования.

За основу ставки дисконтирования принята величина средневзвешенная стоимость капитала ($WACC$ — *Weighted Average Cost of Capital*)

Таким образом, дисконтированный денежный поток для анализируемой компании составляет:

$$EV = \frac{186,6}{(1+0,11)} + \frac{272,9}{(1+0,11)^2} + \frac{365}{(1+0,11)^3} + \frac{513,3}{(1+0,11)^4} + \frac{572,4}{(1+0,11)^5} + \frac{624,9}{(1+0,11)^6} + \frac{683,8}{(1+0,11)^7} + \frac{748,5}{(1+0,11)^8} + \frac{821,4}{(1+0,11)^9} = 2643,6 \text{ млн.долл. США}$$

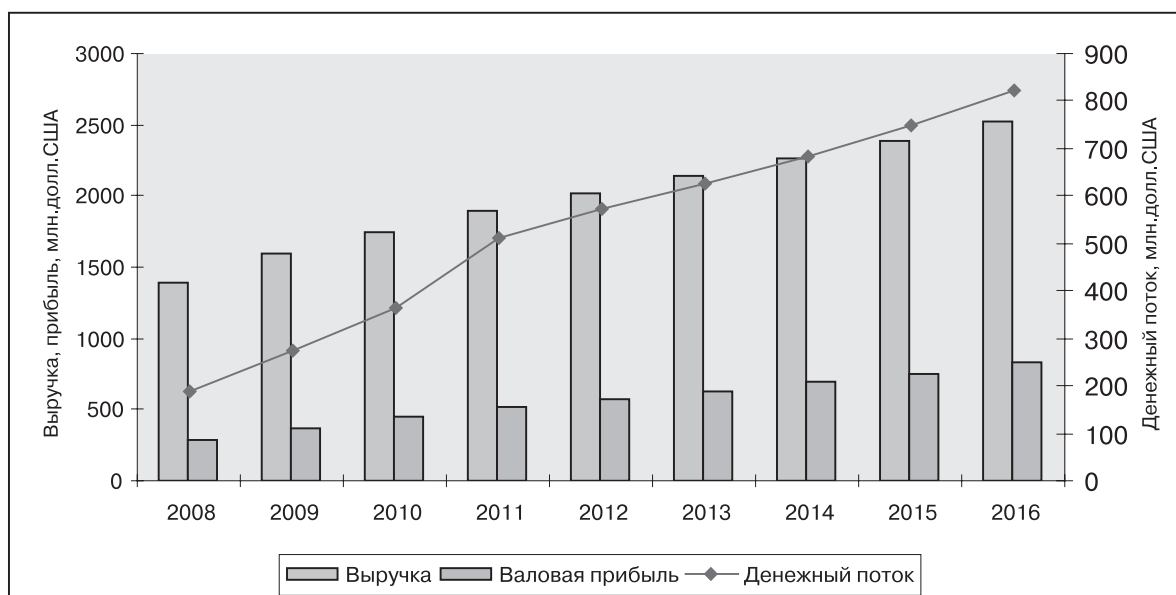


Рис. 3. Значение выручки, прибыли и денежного потока «МРСК Центра» в 2008–2016 гг

равная 11 %, оценки которой для ОАО «МРСК Центра» приведены финансовой корпорацией «Уралсиб» в аналитическом обзоре по распределительным компаниям [2].

Как было уже обозначено, на стоимость РСК можно оказывать воздействие, управляя такими факторами, как денежный поток, выручка и операционные издержки. На величину последних

оказывает влияние применяемая в деятельности РСК система тарифообразования.

Значимым моментом реформирования распределительного сетевого комплекса является использование новой системы тарифного регулирования — на основе возврата на регулируемую базу задействованного капитала (*RAB* — *Regulatory Asset Base*), которая необходима, в первую очередь, для привлечения масштабных инвестиций в распределительные сети при одновременном недопущении резкого роста тарифа на услуги сетевых компаний. Методика *RAB* способствует не только повышению эффективности производственно-хозяйственной деятельности, но и оказывает влияние на оценку стоимости сетевых компаний. Применение методики *RAB* стимулирует распределительные сетевые компании активно привлекать заемные средства, необходимые для осуществления масштабной инвестиционной программы по обновлению распределительно-сетевого хозяйства, повышать инвестиционную привлекательность, генерировать значительный денежный поток, а соответственно и повышать рыночную стоимость компаний.

Система *RAB*-регулирования была создана и впервые внедрена в Великобритании в конце 1980-х годов (рис. 4).

Преимуществом внедрения *RAB*-регулирования для РСК является возможность при-

влечения капитала в необходимом объеме, а для потребителя — оплачивать его в течение длительного периода. Эти условия чрезвычайно выгодны потребителю, т.к. сам он не имеет возможности привлечь капитал на таких условиях по стоимости и долгосрочности, на каких может это сделать регулируемая государством монополия (табл. 2).

С 2008 года на новую систему тарифообразования перешли несколько пилотных РСК (Белгородэнерго, Свердловэнерго, Пермэнерго, Челябинэнерго, Нижновэнергоидр.). В 2009–2010 годах переход на *RAB* со среднесрочным периодом регулирования (от 2 до 3 лет) ожидается во всех регионах РФ. С 2011 года предполагается переход к пятилетнему периоду регулирования на новых принципах во всех сетевых компаниях [6].

Внедрение новой системы тарифообразования обладает рядом преимуществ для распределительных сетевых компаний:

- тарифы обеспечивают возвратность акционерного и заемного капитала на уровне рыночной доходности в отраслях с аналогичным уровнем рисков;
- регулирование создает стимулы к снижению затрат и повышению надежности и качества энергоснабжения, поскольку тарифы увязываются с требуемым уровнем надежности и качества предоставляемых услуг;

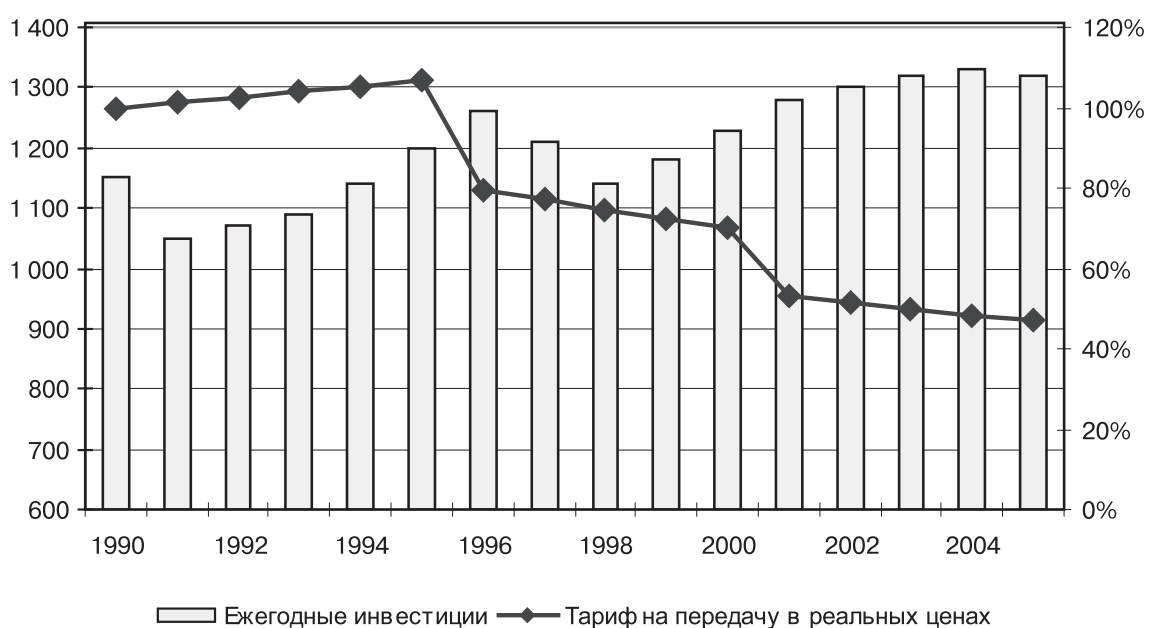


Рис. 4 [5]. Результаты внедрения метода *RAB* в Великобритании

- устанавливаются долгосрочные тарифы с ежегодной индексацией на инфляцию и другие объективные факторы, что повышает прозрачность и прогнозируемость денежных потоков компаний.

Основными факторами роста стоимости распределительных сетевых компаний являются:

- способность генерировать свободный денежный поток;

Таблица 2

Преимущества внедрения системы RAB-регулирования

Для инвесторов	Для потребителей	Для региональных властей
• уровень доходности, сопоставимый с отраслями со схожими рисками; • требуемая норма возврата на инвестированный капитал; • гарантированный заданный уровень тарифа на среднесрочный период; • привлечение больших объемов финансирования; • стимулирование эффективности управления издержками; • рост эффективности финансовых операций на рынках капитала	• приток инвестиций, необходимых для подключения к сети и снижения износа существующей сети; • оплата инвестиций на строительство новых объектов и реконструкцию старых; • снижение тарифов в среднесрочной перспективе; • зависимость тарифов от надежности и качества услуг по передаче электроэнергии	• приток инвестиций в инфраструктурные отрасли; • ограничения ценового давления на потребителей; • экономическая обоснованность планов капитальных вложений; • прямая зависимость размера тарифа от требуемого уровня надежности и темпов развития территории; • максимальная прозрачность процесса тарифообразования



Рис. 5. Влияние внедрения модели RAB на повышение стоимости компаний



- способность обеспечивать легальный возврат на инвестированный капитал;
- способность обеспечивать непрерывность бизнеса.

Учитывая, что RAB-регулирование позволяет распределительным сетевым компаниям извлекать выгоду из повышения операционной эффективности, сокращение издержек станет одной из приоритетных задач на ближайшие годы, что в

свою очередь приведет к росту выручки и свободных денежных потоков компаний (рис. 5).

Преимущество RAB для инвесторов состоит в том, что такая основа установления тарифов гарантирует полный возврат вложенных средств и получение ожидаемого уровня дохода на задействованный капитал. Рост инвестиционной привлекательности приведет и к росту рыночной стоимости РСК.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Попиков, П.Н. Оценка стоимости компании на примере генерирующей компании энергетического сектора / П.Н. Попиков, А.В. Крянев // Сб. тр. научной сессии МИФИ-2007. М.: МИФИ, 2007.
2. Энергораспределительные компании / Аналитический отчет финансовой корпорации «Уралсиб». М.: ФК «Уралсиб», декабрь 2007г.
3. Графова, Г.Ф. О методах оценки рыночной стоимости организаций / Г.Ф. Графова // Аудитор. 2005. №12.
4. Электроэнергетика: распределительные сети / Аналитический обзор ИФ «Олма». М.: ИФ «Олма», 2007.
5. Методика доходности на задействованный капитал (RAB) при регулировании тарифов на передачу электроэнергии / КЭС-холдинг. М.: 2007 г.
6. Распределительный комплекс: большие перемены — большой потенциал / Аналитический обзор ОАО «Газпромбанк». М.: «Газпромбанк», март 2008.

Кох Л.В.

ОЦЕНКА ВОСПРИЯТИЯ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА КЛИЕНТАМИ И ТОП-МЕНЕДЖЕРАМИ БАНКА

Восприятие Интернет-банкинга клиентами коммерческих банков — одна из важных проблем, которую необходимо решать инновационному банку. Внедрение инноваций в банковскую деятельность требует больших инвестиционных вложений. Эффективность этих вложений зависит едва ли не в первую очередь от количества пользователей (эффект масштаба). Поэтому необходимо понимание, почему одни клиенты с энтузиазмом воспринимают все нововведения в банковской сфере, другие более

осторожны, а третьи категорически отрицают инновации, в том числе и Интернет-банкинг.

Экономистами ряда стран были произведены исследования в области восприятия Интернет-услуг на финансовом рынке, в частности Интернет-банкинга. Подобные исследования проводились в США и Канаде, Великобритании, странах Скандинавии, Эстонии, России и Сингапуре [1, 2, 3, 4].

Проанализировав методику исследования, спектр изучаемых вопросов, можно прийти

к выводу, что практически все исследования проводятся в одном направлении с применением экспертных оценок, опросов и приемов статистического анализа. Это позволяет сопоставлять полученные результаты по основным параметрам оценки восприятия и выработать общие рекомендации для руководителей банков в плане продвижения Интернет-услуг коммерческими банками.

Анкетирование проводилось как среди пользователей банковских Интернет-услуг, так и среди тех, кто таковыми не являются. Остановимся на результатах исследования, которые были получены на основе обработки анкет клиентов-скептиков в области банковских инноваций. Обработка опросных листов концентрировалась на двух моментах. Во-первых, почему клиент банка до сих пор не является пользователем Интернет-услуг. Во-вторых, существует ли вероятность того, что он станет пользователем Интернет-банкинга в ближайшие год-два.

Для ответа на эти вопросы были проанализированы демографические характеристики респондентов: пол, возраст, уровень образования и данные о среднем ежемесячном доходе, а также характеристики, связанные с возможностью, желанием и навыками пользования как персональным компьютером, так и Интернетом.

Исследование демографических характеристик анкет показали, что женщины и люди, менее образованные, а также те, кто никогда не пробовал приобрести хоть что-нибудь через Интернет, навряд ли в будущем станут пользователями Интернет-банкинга.

В анкету также были включены вопросы, позволяющие оценить вероятность принятия Интернет-банкинга новыми клиентами, а именно:

- существует ли вероятность того, что респондент станет пользователем банковских услуг через Интернет в течение одного-двух ближайших лет;
- использует ли респондент персональный компьютер на рабочем месте;
- имеется ли у респондента персональный компьютер;
- проводит ли респондент диалоговые сделки через Интернет;
- пользуется ли респондент услугами Интернета и если «да», то

- сколько времени занимает Интернет в среднем за неделю;

- уровень навыков пользования персональным компьютером.

93% респондентов являются пользователями ПК на рабочем месте, 75% используют компьютеры дома, причем 80% из числа опрошенных (более 250 анкет) оценили свои навыки в использовании компьютеров как очень хорошие. Однако только 20% респондентов указали, что они имели опыт осуществления хоть каких-нибудь сделок через Интернет. На вопрос о вероятности подключения к Интернет-банкингу 43% ответили положительно. Самое интересное, что подобные исследования, как уже отмечалось выше, проводились в нескольких странах (Сингапуре, России, США, Канаде) и процентное соотношение отличалось незначительно. Из тех, кто не является пользователем Интернет-банкинга, но станет им в ближайшее время, процент респондентов колебался от 40 до 50, что внушает определенный оптимизм банковского сообщества об увеличении пользователей этой инновационной технологией.

Вернемся к результатам исследования и попытаемся понять причины того, почему респонденты пока не являются пользователями Интернет-банкинга. Те комментарии, которые были даны респондентами были обработаны и на их основе выявлены восемь факторов, которые тормозят процесс принятия инновационной технологии в банковском бизнесе — Интернет-банкинга. Таковыми факторами являются следующие.

Риск — респонденты ставят его на первое место и убеждены, что существует огромная степень риска раскрытия конфиденциальности расчетов через глобальную сеть Интернет; другая сторона риска заключалась в том, что услуга вообще не будет оказана, т.е. ненадежность работы сети Интернет.

Ненужность — большинство респондентов (2/3 от числа опрошенных) указали, что они не видят необходимости пользования банковскими услугами через Интернет, т. к. либо их устраивает традиционный способ банковского обслуживания, либо они не видят особой выгоды от Интернет-банкинга и не уверены, существуют ли таковые вообще. Незначительное количество опрошенных считают, что объем услуг, предлагаемый по Интернету, намного меньше, чем тот, который можно получить традиционными способами — другими словами, спектр Интернет-услуг, по их мнению, достаточно ограничен.



Недостаток знания об этой услуге — третья наиболее часто называемая причина того, почему люди не пользуются банковскими услугами через Интернет — это недостаток знания об этом обслуживании. Респонденты не знали, что нужно сделать, чтобы стать Интернет-пользователем, какие финансовые услуги банки могли предоставить по Интернет-банкингу, лишь некоторые из респондентов отметили, что не знают, какой необходим уровень навыков работы на ПК, чтобы стать клиентом Интернет-банкинга.

Инерция — инерция была четвертым фактором в списке. Ответчики упомянули инерцию в контексте того, что не являются достаточно активными, чтобы поинтересоваться о том, какие услуги предлагает банк по Интернету и/или что необходимо сделать, чтобы стать Интернет-пользователем банковских услуг. Здесь важно отметить то, что у этих ответчиков есть знания и навыки, необходимые в работе через Интернет, просто они не интересуются новыми предложениями своего банка.

Недоступность — пятый фактор, главным образом это касается ответчиков, у которых нет возможности выхода в Интернет. Это происходит потому, что, возможно, у них либо нет компьютера дома, либо они не подключены в Интернет, либо техническая спецификация имеющего ПК не удовлетворяет требованиям Интернет-банков. Некоторые клиенты отметили слишком низкую скорость работы самой глобальной сети или получения Интернет-услуг.

Недостаток в человеческом контакте — приблизительно 20% респондентов прокомментировали, что нет никакого человеческого взаимодействия при получении финансовых услуг по Интернету. Другими словами, услуги через Интернет не удовлетворяют тех, кто нуждается в человеческом общении.

Цена услуги — приблизительно 6% опрошенных выразили сожаление, что им необходимо купить ПК, чтобы стать пользователем Интернет-банка, и они чувствуют, что данные затраты необоснованны и являются для них ненужными.

Усталость — минимальное количество респондентов отметило, что они сидят перед компьютером весь день на работе и последнюю вещь, которую они бы сделали дома после трудового дня, это — продолжать сидеть за ПК.

Результаты проведенных исследований могут быть использованы при разработке инновационной стратегии развития банка.

Для увеличения числа клиентов, зарегистрированных как пользователи банковских Интернет-услуг, банки должны подчеркивать свои позитивные стороны в каждой рекламной компании, и в тоже время они должны продумывать, как они могут улучшить мнение клиентов относительно характеристик, которые были оценены отрицательно или негативно, таким образом, заставляя воспринимать банковские услуги более благоприятно. Основываясь на результатах исследования, можно выработать рекомендации, которые могут быть положены в основу стратегии по привлечению новых клиентов в качестве пользователей Интернет-банкинга.

Главной проблемой неприятия Интернет-технологии является с точки зрения скептиков высокий риск, т. е. на первое место выходит безопасность. Как видно из анкет, безопасность беспокоит почти всех участников опроса. Клиенты боятся за сохранность своих личных данных, их беспокоит возможность неправомерного пользования средствами с личных счетов, несанкционированные платежи. Для минимизации риска Интернет-банкинга, банкам необходимо пересмотреть то, что они говорили и делали для защиты банковской компьютерной системы. Клиент должен знать, что его Интернет-счета недостижимы для третьих лиц, и поверить в защищенность банковской компьютерной системы. Банки должны акцентировать внимание клиентов на том, чтобы они придумывали свой пин-код с точки зрения легкости для запоминания и таким образом избавлялись от необходимости записывать его где бы то ни было. Клиенты должны полагаться на свою память и менять свой пин-код, когда им вздумается, они всегда должны иметь возможность связаться с банком, чтобы уничтожить старый пин-код и зарегистрировать новый. Каждый банк должен выяснить, что конкретно его клиенты понимают под риском и постараться хеджировать именно эти составляющие риска.

Признание некоторой части клиентов в том, что им просто не нужны банковские Интернет-услуги, говорит о слабой информированности клиентов банка в области Интернет-банкинга в частности и дистанционного обслуживания в целом. С этой проблемой можно было бы справиться с помощью образовательных программ, распространяя их на DVD-дисках и видео кассетах, причем в качестве канала доставки можно

использовать рассылку и доставку программ напрямую клиентам банка. Конечной целью подобных акций должно стать формирование у клиентов банка устойчивого мнения о том, что «если бы я был Интернет-пользователем банка, это было бы выгодно для меня».

Для того чтобы преодолеть инерционность своих клиентов, банкам придется быть более действенными, обстоятельно объясняя, что клиенты должны сделать, чтобы стать Интернет-пользователями, предоставлять информацию о доступном объеме услуг и объяснять, какие навыки необходимы для потенциальных клиентов Интернет-банкинга.

Не стоит забыть и о коммерческой стороне проблемы, т.е. о ценовом факторе. Банкирам необходимо так реформировать свою тарифную политику, чтобы дистанционное обслуживание, и в частности Интернет-банкинг был материально выгоден пользователем по сравнению с традиционными каналами банковского обслуживания.

Проблема недоступности Интернет-услуг легко разрешима. Во-первых, количество людей, имеющих дома ПК постоянно увеличивается и это объективный процесс, во-вторых, при материальных трудностях, связанных с покупкой ПК, можно рассмотреть вопрос о кредитовании потенциальных пользователей Интернет-банкингом. В основном речь идет о молодых клиентах, легко воспринимающих инновационные технологии, но иногда ограниченных в финансовых ресурсах.

Для людей старшего поколения, как выяснилось, важен личный контакт с работниками банка. Боязнь потерять его отталкивает клиентов от Интернет-технологий. Здесь можно предложить несколько путей решения данного вопроса. Во-первых, организация видео диалога с использованием специальной компьютерной техники, что потребует пусть небольших, но дополнительных затрат. Во-вторых, периодические разговоры по телефону с пользователями Интернет-банкинга об удобствах дистанционных технологий, о возникающих проблемах, о возможностях познакомиться с новинками в области банковских продуктов и услуг.

Что же касается усталости клиентов, то здесь необходимо довести дистанционную технологию до такого совершенства, что физические затраты клиента будут минимальны. Немало важен и тот факт, что банковские операции можно выполнить в ночное время,

когда человек уже отдохнул после работы, ведь пользователь Интернет-банкинга не ограничен во времени, Интернет-банкинг доступен 24 часа в сутки, и в этом его преимущество.

Таким образом, результаты исследования и выработанные на его основе рекомендации показали, что число клиентов Интернет-банкинга при правильно разработанной стратегии продвижения инновационных технологий будет расти.

Однако во многом перспективы развития Интернет-банкинга будут зависеть также и от позиции топ-менеджмента банка. Технологический бум 80-90-х годов прошлого века обеспечил быстрое развитие Интернет-банкинга, что связано главным образом с увеличением числа компьютеров у потенциальных пользователей Интернет-банкинга и удешевлением стоимости услуг, полученных через Всемирную паутину. Это приводит к уменьшению числа клиентов, предпочитающих получать банковское обслуживание традиционным способом (через головной офис, филиал или дополнительный офис) и увеличение пользователей Интернет-банкинга. Данная ситуация приводит к усилению влияния Интернета на банковское обслуживание и стимулирует использовать новые каналы распространения банковских продуктов и услуг. Говорить однозначно положительно или отрицательно скажется Интернет на эффективности банковских услугах достаточно сложно, скорее всего, это зависит не в последнюю очередь от отношения и действий предпринимаемым руководством банка. Если изначально менеджеры будут относиться к Интернету как к каналу самообслуживания, то инвестиции в развитие Интернет-банкинга будут менее впечатляющими, чем, если Интернет-банкинг будет рассматриваться как важное средство для общения и установления долгосрочных отношений с клиентами и другими банками. Более того, если руководство банков воспринимает Интернет как угрозу для своей деятельности, они будут стараться удержать своих клиентов в филиалах. В данном случае процесс развития Интернет-банкинга будет очень медленным.

Таким образом, очень важно определить позицию руководства банка по вопросу внедрения в банковскую практику Интернет-технологий.

Заинтересованность топ-менеджеров банка в практическом использовании глобальной



сети приведет к тому, что банк станет активно использовать Интернет в будущем; глобальная сеть станет важным каналом продвижения банковских продуктов и услуг на рынок; потребности клиентов и их пожелания будут в большей степени влиять на спектр банковских продуктов и услуг и способы их доставки клиентам банка.

Для оценки восприятия Интернет-банкинга были проведены исследование путем опроса менеджеров верхнего и среднего уровней. Было опрошено путем анкетирования 60 менеджеров. Все респонденты занимали высшие посты и обладали в среднем 10,6 годами опыта работы в банковском бизнесе и 5,3 лет в их занимаемой должности на момент опроса. Следует отметить, что мнение опрошенных банковских менеджеров не отличалось радикально от мнения населения — клиентов банков. Кроме того, восприятие Интернета менеджерами, как показали исследования, не зависят от размеров банка, количества сотрудников, капитала банка, стоимости всех активов и прибыли. Также выяснилось, что значительной связи между занимаемой должностью и принятием Интернет-услуг нет. По результатам статистической обработки полученных ответов на заданные вопросы относительно восприятия и принятия Интернет-услуг было выделено 4 группы, в каждую из которых вошли менеджеры с практически одинаковым восприятием такого рода инноваций.

Группа 1. Робкие

Первая группа менеджеров самая малочисленная и получила название «робкие» из-за того, что менеджеры данной группы рассматривают Интернет как угрозу отношениям банк-клиент. «Робкие» представляют Интернет как канал самообслуживания и как средство информирования клиентов. Кроме того, это средство воспринимается как потенциальный способ укрепления отношений с физическими лицами, установление долгосрочных отношений, и взаимодействие с ними. Следовательно, эта группа понимает как угрозу, так и преимущества Интернета. Они ожидают, что их банк и другие банки будут использовать Интернет в качестве прямого маркетинга в будущем, но они еще не готовы использовать видео консультации или видео диалог с клиентом.

Группа 2. Уверенные

Респонденты второй группы названы «уверенными», т.к. Интернет-банкинг не воспри-

нимается ими как угроза взаимоотношениям банка и клиента. Группа также готова использовать видео консультирование и не ожидает, что Интернет обернется угрозой взаимоотношениям банка и клиента.

Группа 3. Скептики

Опрошенные менеджеры в третьей группе более скептически относятся к Интернету как к средству установления более крепких взаимоотношений с клиентом и персонализации Интернет услуг. Однако, согласно их ожиданиям в будущем, этот сегмент очень похож на «уверенную» группу, за исключением того, что у данной группы возникают сомнения по поводу видео консультаций клиента.

Группа 4. Нерасположенные

«Нерасположенные» к Интернету сходны со средним статистическим респондентом относительно их восприятия Интернета. Данная группа состоит преимущественно из небольших банков. Если сравнивать с тремя перечисленными группами, у них самые низкие ожидания того, что их банк или другие банки будут использовать Интернет для прямого маркетинга или для продвижения банковских продуктов и услуг. Иными словами, они ожидают более медленного развития, чем другие респонденты.

Анализируя мнения респондентов о каналах предоставления банковских услуг, выясняя какой из них более важен для их банка на сегодняшний день и какие из этих каналов они думают, станут наиболее важными в будущем, выяснилось, что в качестве самого выгодного канала воспринимаются филиалы и дополнительные офисы, и ожидается, что они таковыми и останутся.

Интернет-банкинг является менее важным сегодня, но будет вторым по важности в будущем, согласно ответам респондентов.

Следовательно, большинство респондентов не верят, что Интернет вытеснит филиалы, а также личные взаимоотношения, которые являются важнейшим элементом в предоставлении банковских услуг. Только лишь группа «уверенных» полагает, что здесь будущее принадлежит Интернет-технологиям.

Причины же внедрения Интернет-технологий в банковскую деятельность различны. В целом, предпочтения клиентов и стратегия развития каналов распространения услуг являются наиболее важными факторами использования Интернет-банкинга. Это говорит о том, что внедрение Интернета в основном связано с

ориентацией на потребителя и расчеты основаны на укреплении позиций филиалов и перевод банка из разветвленной, благодаря филиалам, системы в гибридную систему каналов предоставления услуг.

Следующим этапом анализа явилась оценка влияния на увеличение мотивации внедрения Интернета в банковский бизнес трех показателей, а именно, *стоимости услуг, желанием потребителей и действия банков-конкурентов.*

Ожидаемое снижение стоимости котируется только как четвертый по важности показатель, обуславливающий внедрение Интернет-банкинга, несмотря на то, что это снижение может заменить множество дорогостоящих филиалов. Это признак того, что большинство респондентов не привлекают обещания Интернет-банкинга снизить затраты на распространения банковских услуг. Возможно, они не ожидают того, что Интернет-банкинг приведет к снижению эффективности работы филиалов, т. е. не рассматривают Интернет-банкинг в качестве альтернативы филиальной сети.

Причины для использования Интернета в предоставлении банковских услуг клиентам у каждой группы разные. «Робкие» в первую очередь выделяют Интернет, как канал распространения, и только потом обращают внимание на потребности и желания клиента, в то время как основная причина для группы «уверенных» менеджеров — желания клиента, а потом распространения услуг через Интернет. Обе группы не считают, что действия конкурентов по внедрению Интернет-услуг, ожидаемые снижения затрат и уменьшение количества сотрудников являются причинами для внедрения Интернета в банковскую систему.

Следовательно, данные две группы менеджеров оказались ориентированными на рынок потребителя и на конкретные действия в будущем. Они не считают, что Интернет-банкинг может быть независимым каналом распространения услуг, и в большинстве случаев подчеркивают еще более быстрое распространение существующих каналов, а так же возникновение конфликта между каналами предоставления услуг.

Скептики более деятельны. Они считают, что Интернет необходим для того, чтобы не отставать от конкурентов. Но и они не считают снижение затрат важным. Группа «нерасположенных» выделили как важные три фактора: ожидаемое снижение затрат, желания клиента и стремление держаться наравне с конкурентами.

Обобщая полученные результаты, можно сделать следующие выводы.

Банки сильны своими клиентами, а у каждого клиента находятся свои особенные пожелания и предпочтения, и если банк не предлагает клиенту то, что он хочет, клиент переходит в другой банк. Более того, если банки хотят иметь преданных клиентов, им приходится принимать и персонифицировать предложения потребителей. Такая процедура может осуществляться в филиале, когда потребитель работает вместе с консультантами, но это возможно и с помощью Интернет-банкинга, что позволит значительно снизить расходы.

Если Интернет станет важным маркетинговым каналом для банковского бизнеса, вероятнее всего, что те банки, которые станут его использовать первыми, завоюют обширный рынок, построят взаимоотношения с клиентами, создадут свой бренд и станут узнаваемыми среди Интернет-пользователей.

С другой стороны, банки, воспользовавшиеся Интернетом позднее, будут учиться на ошибках «первооткрывателей» и тем самым снизят затраты на его внедрение.

Восприятия и ожидания менеджеров банков важны для прогноза будущего внедрения Интернет-банкинга. Большинство респондентов воспринимают Интернет в качестве канала самообслуживания, важного средства взаимодействия с клиентами и другими банками, возможности устанавливать отношения с клиентами, а также индивидуального маркетинга.

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить проблемы на пути продвижения Интернет-банкинга, наметить способы их решения, что поможет сформировать правильную инновационную стратегию развития дистанционных технологий в банковском бизнесе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. P.Gerrard, J.B.Cunningham. The diffusion of Internet banking among Singapore consumers//International Journal of Bank Marketing. 2003. No 21/1. pp.16-28

2. **K.Eriksson, K.Kerem, D.Nilsson.** Customer acceptance of Internet banking in Estonia //International Journal of Bank Marketing. 2005. Vol.23. No 2. pp.200-216
3. **J.F.Nielsen** Internet technology and customer linking in Nordic banking//International Journal of Service Industry Management. 2002. Vol.13 №5. PP. 475–495
4. **J.D.Wisner, W.J.Corney.** Comparing practices for capturing bank customer feedback — Internet versus traditional banking //International Journal. 2001. Vol. 8. № 3. PP.240–250

Макашина О.В.

АНАЛИЗ И ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ПО РЕЗУЛЬТАТУ

Одним из основных направлений реформы системы государственного и муниципального управления в России является переход на управление и бюджетирование по результату.

На сегодняшний день в практике управления общественными финансами существует определенный опыт внедрения системы бюджетирования, ориентированного на результат. Но, не смотря на это общепринятого понятия, как самого бюджетирования, ориентированного на результат, так и отдельных его элементов ни в России, ни в мире не существует.

В английской терминологии синонимом “performance budgeting” является термин “results-oriented budgeting”. В российской практике до недавнего времени в качестве синонима термина «бюджетирование, ориентированное на результат» использовался термин «программно-целевое бюджетирование».

Традиционным методом распределения бюджетных средств является постатейное бюджетирование, когда в соответствии с утвержденной бюджетной классификацией ведомства детально обосновывают статьи расходов, основной акцент при этом делается на анализе затрат и целевом использовании средств. Бюджетополучатели составляют сметы своих расходов, которые анализируются и корректируются распорядителями, а затем передаются на согласование в Правительство. В случае, если общая сумма сметных заявок превышает

величину запланированных бюджетных доходов, то выявляются приоритетные затраты, а по остальным проводится сокращение расходов. Серьезный недостаток этого метода — не анализируется эффективность, а, следовательно, необходимость финансирования того или иного ведомства в целом [1]. Этот метод, который, по сути, и применяется в современных российских условиях.

Более прогрессивными, по сравнению с постатейным, считается метод программно-целевого бюджетирования.

В Российской Федерации переход на формирование бюджета по программно-целевому методу планировался с 2006 года. Переход с 2006 года на формирование бюджета по программно-целевому методу не означал возврата к методам планирования в советские времена. «Это нисколько не является планированием, присущим советским временам и никоим образом не ограничивает инициативу министерств и ведомств по решению поставленных задач», — отмечал Михаил Фрадков в своем выступлении на заседании кабинета министров 13 августа 2004 г. «Это означает формирование бюджета с точным определением задач и объемов финансирования для каждого министерства и ведомства, а также четкое определение роли каждого из них». «Для решения стоящих задач будут применяться федеральные целевые и ведомственные программы, рассчитанные на

несколько лет вперед», — сказал глава правительства. Он подчеркивал, что цели и задачи должны быть увязаны с объемом финансирования”.

Ряд авторов (в частности А.Т. Надеев и И.В. Исаншина) считают, что программно-целевое бюджетирование объединяет в себе ряд методов: планово-программное бюджетирование, управление по целям, нулевое бюджетирование.

Планово-программное бюджетирование. В соответствии с условиями этого метода для составления заявки на финансирование каждое министерство или ведомство должно сформулировать долгосрочные цели своей деятельности, согласованные с целями общегосударственной политики, представить варианты достижения поставленных целей и в соответствии с ними представить различные варианты финансирования.

Управление по целям. Как и в предыдущем методе, результат деятельности ведомств здесь определяется показателями объема предоставляемых услуг. Основное же отличие заключается в том, что делается попытка оценить социальную значимость результатов деятельности бюджетополучателей. Основной недостаток данного метода — сложность разработки системы показателей социальной и экономической эффективности государственных расходов.

Нулевое бюджетирование. Суть данного метода: министерства и ведомства при планировании расходов и составлении бюджетных заявок должны определять цели, которые могут быть достигнуты при разных уровнях расходов. Для каждой цели министерства предлагают различные программы ее достижения, причем затраты хотя бы по одной из них должны быть ниже, чем текущие. Нулевое бюджетирование предполагает, что ведомства составляют свои проекты бюджета с «чистого листа» без учета плановых и фактических показателей прошлых периодов, что влечет за собой устранение излишних затрат, переходящих из периода в период.

Некоторые исследователи (в частности С. Журавлев) воспринимают понятия программно-целевого бюджетирования и бюджетирования, ориентированное на результат как синонимы.

Однако, на наш взгляд, следует рассматривать эти методы как самостоятельные. Кроме того, не следует полностью отождествлять

программно-целевое бюджетирование и бюджетирование, ориентированное на результат.

В последнее время термин «бюджетирование, ориентированное на результат» получает все большее распространение.

Концепция бюджетирования, ориентированного на результат постоянно эволюционирует. В каждой стране эта система имеет свои особенности, нет единых методик, процедур и инструментов.

Руководитель департамента бюджетной политики Минфина РФ А. Лавров, дает такое определение [2]: “Бюджетирование, ориентированное на результат — это метод планирования, исполнения и контроля за исполнением бюджета, обеспечивающий распределение бюджетных ресурсов по целям, задачам и функциям государства с учетом приоритетов государственной политики и общественной значимости ожидаемых непосредственных и конечных результатов использования бюджетных средств”.

Судя по авторству это определение можно принять за базовое. Однако следует сделать некоторые комментарии.

Как верно отмечает В. Гаукин в своей публикации [3] бюджетирование, ориентированное на результат как метод представляет собой систему или комплекс различных методов, применение которых в определенной последовательности дает некий синергетический эффект, не достигаемый при использовании традиционных методов планирования и прогнозирования, которых по различным классификациям насчитывается более сотни, не говоря уже о методах исполнения и контроля. Однако нельзя согласиться с высказыванием того же В. Гаукина, что вопрос заключается не в его новизне, а в возможности обеспечить достижимый синергетический эффект отдельных элементарных методов с учетом практики реформирования бюджетного процесса в России в последние годы. Использование различных методов в комплексе дает новый метод.

Спорным на наш взгляд в упомянутом определении является формулировка «с учетом приоритетов государственной политики». Бюджетирование, ориентированное на результат подразумевает достижение тех целей, которые являются первоочередными с точки зрения бюджетополучателей. И оценка достижения целей осуществляется также бюджетополучателями. А в условиях стабилизации их



интересы не всегда совпадают с приоритетами государства.

В определении метода бюджетирования, ориентированного на результат, сформулированным А. Лавровым названы по сути два вида результатов — «ожидаемые непосредственные» и «конечные». В результате исполнения бюджета воздействие внешних факторов может негативно повлиять на этот процесс, и результаты действительно могут быть иными, чем запланировано. Но изначально результат должен быть определен однозначно, иначе будем иметь своего рода «лазейку» для оправдания необоснованных расходов или не совсем целевого использования средств.

Бюджетирование только и может быть ориентированным на результат. Вопрос заключается в формулировке этого результата. Результатом для соответствующего уровня (органа) власти будет являться достижение первой в иерархии целей любого субъекта — обеспечение своей выживаемости. Выживаемости территории в целом и ее населения.

По мнению многих авторов, бюджетирование, ориентированное на результат, призвано обеспечить сокращение (повышение эффективности, оптимизацию и прочие синонимы) расходов бюджета. Но это противоречит мировой социальной гуманистической концепции, которая в части бюджетных расходов уже почти 35 лет предусматривает «прогрессивное увеличение необходимых бюджетных и иных ресурсов, требующихся для финансирования социальных аспектов развития».

Нет необходимости доказывать, что возможность формирования «идеально точных» бюджетных планов (равно как и возможность фактического их исполнения «точно в соответствии с планом») существует только в теории. Тем не менее, если все-таки настаивать на такой возможности, то в итоге должен быть сформирован некий идеальный бюджетный план самого высокого качества, какое можно обеспечить в нынешних и будущих условиях бюджетирования. Почему важно отметить фактор точности планирования? Очевидно, понимая под бюджетированием, ориентированным на результат, системный метод эффективного управления объектом на основе финансовых ресурсов, точность плана становится определяющим фактором. Дело в том, что бюджетирование, ориентированное на результат осуществляется в виде целенаправленного управления, которое

достигается только при точности и исполнимости бюджетного плана.

Наряду с точностью оценка качества бюджетного плана может проводиться по разным показателям:

- скорость подготовки плана (если есть возможность быстрее подготовить план, то степень оперативности управления объектом планирования возрастает);

- простота определения планируемых показателей (помимо ускорения этот критерий позволяет экономить ресурсы на самой процедуре планирования);

- наличие встроенных в план механизмов контроля за его соблюдением (в этом случае повышается гарантия исполнения запланированного);

- доступность плановых ориентиров для лиц, принимающих решение (упрощается прохождение бюджетного плана в представительном органе власти).

Эти и аналогичные показатели будут адекватны при оценке качества бюджетного плана только при соблюдении двух критериев: во-первых, принципиальной исполнимости фактических показателей и, во-вторых, достигаемой при этом максимизации позитивного эффекта для объекта планирования.

Под исполнимостью следует понимать своего рода реалистичность запланированных показателей при условии, что на исполнителя бюджетного плана не будет оказано какое-либо воздействие, не предусмотренное при планировании. Другими словами, исполнимость плана — это трезвая оценка возможностей объекта и субъекта бюджетирования на предстоящий период. Такое требование придает бюджетному плану ряд особенностей: при планировании должны быть учтены все известные на момент планирования факторы бюджетного риска, которые действуют или будут действовать в предстоящем периоде. На стадии подготовки бюджетного плана должна быть уверенность, что появление незапланированных факторов будет погашаться небюджетными инструментами (стабилизационным фондом, чрезвычайным бюджетом, страхованием) и прочими средствами.

Сложнее обстоит дело с соблюдением второго критерия — достижение максимального позитивного эффекта. Позитивный эффект не сводится к простому увеличению или сокращению расходов в той или иной области бюджет-

ного финансирования. Если бюджетирование, ориентированное на результат призвано обеспечивать повышение экономичности бюджетных расходов, то всегда будет сложно решить, зачем добиваться такой экономии, коль скоро она, в свою очередь, будет использована неэффективно?

Отдельно следует остановиться на условиях, при которых оба эти критерия могут, и будут выполняться одновременно, поскольку они во многом противоречат друг другу. Так, намерения по борьбе с бедностью позитивны, но из-за ограниченности бюджетных возможностей трудно исполнимы. С другой стороны, реализуемые бюджетные планы, как правило, не сопряжены с максимумом эффекта. Еще сложнее это противоречие разрешить при стремлении к сбалансированию доходной и расходной частей бюджета. Если принять во внимание, что на протяжении всего периода составления государственных и иных общественных бюджетных планов в России и за рубежом мы не можем увидеть полного соответствия фактического исполнения всех запланированных показателей бюджетному плану, то значит оба критерия никогда не были достигнуты и, следовательно, бюджетные планы были далеки от идеального уровня качества.

Такого рода соображения подсознательно вызывают пессимизм в рядах специалистов, которые, понимая факт неизбежного отклонения факта от плана, могут снижать для себя планку требований к степени точности планирования. Задача разработчика бюджетного плана в этом случае заключается уже не в обосновании показателя, а в его “защите” перед третьими лицами, будь то представительный орган власти, независимые эксперты, надзорные органы или население. Такой подход должен быть модифицирован с использованием правильно понятой и правильно организованной технологии бюджетирования, ориентированного на результат.

Область применения бюджетирования, ориентированного на результат пока ограничивается только определением расходной части бюджета. Если понимать бюджетирование как элемент системы управления, то в широком смысле — это деятельность по систематизации нуждающихся в этом финансовых потоков, а в узком — непосредственно бюджетное планирование. Следовательно, любые формы отрыва источников возникновения средств от направ-

лений их использования приведут к половинчатости процесса систематизации финансовых потоков, а значит, и к половинчатости бюджетирования, которое в этом случае утратит свое предназначение как инструмент управления финансами. Такой отрыв приведет к трансформации самого бюджетного метода, который, как известно, заключается именно в систематизации траекторий движения средств — от источника к цели приложения при реализации распределительной функции финансов.

Другими словами, если бюджетирование не затрагивает доходов бюджета, то это уже не бюджетирование. В бюджетировании, ориентированном на результат для доходов необходимо искать свои ориентиры на результат, отличные от ориентиров для расходов. Поэтому доходная часть бюджетирования, ориентированного на результат является не менее важным элементом управления бюджетом, чем его расходная часть.

С точки зрения финансового менеджмента бюджетирование, ориентированное на результат представляет собой систему действий по целенаправленному управлению финансовыми ресурсами:

- упорядочение объемов финансирования;
- обеспечение четкой связи денежных и натуральных показателей;
- построение целевой зависимости отдельных этапов бюджетных операций от достигнутых и проектируемых показателей;
- повышение уровня контролируемости выполненного финансирования.

Однако следует отметить, что попытки увязать финансирование с объемом предоставляемых бюджетных общественных услуг предпринимались и раньше. В разные периоды времени объем этих услуг измерялся различными показателями (в том числе, например, численностью врачей, учителей и прочих бюджетников). Эти показатели в определенной мере задавали ориентиры для бюджетного финансирования. Возможно, причинами низкой эффективности современной бюджетной сферы как раз и стали неверно заданные результаты, а также постоянно продолжающиеся эксперименты по поиску правильных.

Кроме того, необходимо учитывать внешние условия проведения таких экспериментов. Если попытки перейти на ориентированное на результат бюджетирование по времени совпа-



дали с благоприятной бюджетной ситуацией (как, например, при сверхнасыщении бюджета в период мирового энергетического кризиса 1970-х годов), то они приводили к расширению объемов и масштабов бюджетного финансирования общественных услуг. Если же они совпадали с периодами финансовой слабости бюджетной системы (как в период спада цен на нефть в 1980-е годы), возникали кризисы в бюджетной сфере, перераставшие затем в кризисы политической системы в целом.

На наш взгляд в ходе реформирования управления общественными финансами в Российской Федерации остро встает вопрос о внедрении системы бюджетирования, ориентированного на результат, которая позволит ликвидировать недостатки программно-целевого планирования и позволит успешно завершить административную реформу в стране.

В самом общем виде бюджетирование, ориентированное на результат, представляет собой процесс формирования и исполнения бюджета, отражающего взаимосвязь между планируемыми и осуществленными бюджетными расходами

и ожидаемыми и достигнутыми результатами. Цель данной модели бюджетирования — контролировать соответствие затраченных ресурсов и полученных прямых и социальных результатов, оценить значимость и экономическую и социальную эффективность тех или иных видов деятельности, финансирующихся из бюджета и тем самым повысить самостоятельность и ответственность бюджетополучателей.

Для формирования бюджета на основе бюджетирования, ориентированного на результат, расходы всех подразделений региональных и муниципальных администраций должны быть разбиты по видам деятельности, направленным на решение стоящих перед ними государственных задач. Для каждого вида деятельности разрабатывается программа. Программа должна содержать описание целей и задач, ресурсов, необходимых для их достижения, а также показателей результативности выполнения программы и процедур измерения этих показателей. Бюджетные заявки при бюджетировании, ориентированном на результат, составляются в разрезе целей и программ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Надев А.Т., Исаншина И.В.**, О возможности формализации задачи оптимального распределения бюджетных средств.
2. **Лавров А.** Среднесрочное бюджетирование, ориентированное на результаты: международный

опыт и российские перспективы // *Финансы*. № 3. 2004.

3. **Гамукин В.** Новации бюджетного процесса: БОР // *Вопросы экономики*. № 2. 2005.

Сытников Д.А.

ВСТУПЛЕНИЕ РОССИИ В ВТО И ФОРМИРОВАНИЕ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Одной из существенных макроэкономических тенденций современных кредитно-финансовых систем является либерализация рынка банковских, в том числе кредитных, услуг. Данная тенденция в полной мере относится и к Российской Федерации. После периода ин-

фляционного роста (1992–1994), финансового арбитража на рынке ГКО (1994–1998), восстановительного периода (1998–2002) наблюдается устойчивый экономический рост, возрастает привлекательность нашей страны для инвесторов, интересы отечественных предприятий

зарубежом возрастают, что, в частности, находит свое отражение в области финансовых услуг. В частности, положительная динамика объема иностранных инвестиций в финансовую деятельность, сформировавшаяся относительно давно, определенно свидетельствует о мощном скачке вложений иностранного капитала именно в последние годы (2005–2006 гг.). Так, объем инвестиций в финансовую деятельность России за этот период вырос с 1813 млн. долларов США до 4693 млн. долларов США; доля инвестиций в финансовую деятельность в общем объеме инвестиций увеличилась с 3,4 % до 8,5 %.

Несомненно, существенную роль в вышеуказанных тенденциях играет тот факт, что переговоры о присоединении Российской Федерации к Всемирной Торговой Организации (ВТО) находятся в завершающей стадии. Ожидается, что подписание протокола о присоединении должно стать серьезным толчком в вопросе дальнейшей либерализации и развития отечественной экономики, в том числе ее финансово-кредитного сектора. Выгоды от вступления в ВТО очевидны: получение недискриминационных условий доступа национальных товаров на международные рынки; стимулирование отечественных производителей для повышения качества и снижения цен на товары и услуги за счет доступа иностранных товаров на внутренний рынок; осуществление инвестиций национальными компаниями за рубежом, привлечение дополнительных инвестиций в страну; улучшение имиджа страны; получение выгод за счет единообразной нормативной базы по правилам торговли, разрешению торговых споров. Тем не менее, членство в ВТО предполагает не только предоставление прав, но и накладывает обязанности. Практика показывает, что размер этих обязательств не является постоянной величиной. Динамика величин уступок и требований товарам стран, присоединившихся к ВТО, за последние годы (данные можно найти на сайте www.wto.ru) позволяет сделать вывод, что величина требований к новым членам ВТО возрастает с течением времени. Конечные договоренности являются результатом качества проведенных переговоров в рамках присоединения страны к ВТО. Таким образом, можно наблюдать, что процесс присоединения России к ВТО (как и некоторых других стран) не является формальным процессом. Каждая страна из стран-участников Рабочей группы

стремится максимально отстоять свои интересы, добиться максимально выгодных условий для национальных субъектов хозяйствования и наименее выгодных для иностранных, что в итоге, тем не менее, отражается в принятии новым членом обязательств, выходящих за рамки стандартных, предъявляемых к другим странам. Таким образом переговоры закончились, например, с Китаем.

Для вступления в ВТО данная страна приняла на себя целый ряд обязательств, выходящих за рамки стандартных. Во-первых, Китай согласился с тем, что в течение пятнадцати лет с момента вступления будет считаться страной «с нерыночной экономикой», что позволит некоторым развитым странам, в соответствии с законодательством, вводить антидемпинговые меры в отношении импорта из Китая. Во-вторых, в течение 12 лет после вступления будет действовать механизм внутренних мер защиты от некоторых китайских товаров на основе «подрыва рынка», а это понятие исключено из практики мировой торговли в результате уругвайского раунда переговоров. В-третьих, уникальным обязательством является создание переходного контрольного механизма, на основе которого 16 комитетов ВТО ежегодно будут контролировать выполнение Китаем взятых на себя обязательств в рамках присоединения к ВТО¹.

Прежде чем перейти к изучению индивидуальных особенностей либерализации банковской системы России, в том числе путем вступления в ВТО, рассмотрим динамику данного процесса в развитых, развивающихся странах и странах с переходной экономикой.

Государства, традиционно относимые исследователями к развитым, характеризуются сильными банковскими институтами, зачастую вышедшими за рамки национального рынка. Эти организации отличаются высокой капитализацией, работой с применением новейших технологий, обеспечением качественного сервиса и профессиональным персоналом. Причины, побуждающие правительства развивающихся стран «открывать» банковские рынки для иностранного капитала хорошо известны — это развитие международной торговли, организация Европейского союза, вступление страны

¹ Подробности присоединения Китая к ВТО можно найти на сайте www.wto.ru



в ВТО и т. п. Тем не менее, такие страны, как Япония (до 60-х годов прошлого века) и США (до подписания 5-го протокола ГАТТС), придерживались политики протекционизма в банковском деле, что на начальных этапах выражалось в запрете на деятельность филиалов иностранных банков, затем в законодательном установлении доли иностранного капитала в банковской системе. Более того, в Японии (исключая Bank of Tokyo) и Италии до определенного времени коммерческим банкам было запрещено открывать отделения зарубежом. Начиная с 60-х годов, развитые страны с той или иной интенсивностью начали законодательно «открывать» отечественный рынок, и в то же время коммерческие банки этих стран начали масштабную экспансию на международном рынке.

В целом, многие исследователи (например, Терехов А.А., Агабалян В.Л.) сходятся в оценках, что практика либерализации и допуск иностранных банков положительно сказались на банковских системах развитых стран и их экономическом росте в целом. Так, в таких странах, как Швеция, Норвегия и Канада увеличение концентрации иностранного капитала создало предпосылки для роста конкуренции, повышения качества предоставляемых услуг, увеличения объемов кредитования, положительно сказалось на экономиках в целом. В качестве примера конкретной оценки результатов либерализации можно привести оценку американских исследователей Раджана и Зингалеса, согласно которой, принимая в расчет межстрановые и межотраслевые различия, отрасли народного хозяйства в странах с высоким уровнем финансового развития растут на 1 % в год быстрее, нежели в странах со слабо развитым финансовым сектором.

Практика либерализации банковских систем развивающихся стран неоднозначна. Процесс открытия банковских систем развивающихся стран для иностранного капитала был обусловлен различными факторами, подчиняющимися региональным особенностям, уровню развития конкретной страны и региона в целом.

Так, например, страны Центральной и Восточной Европы (Венгрия, Польша, Чехия, Румыния, Словакия, Словения), столкнувшись с необходимостью коренных административных изменений, осуществили приватизацию государственных банков с целью ускорить разви-

тие банковского сектора за счет инвестиций и увязывая данные действия с процессом присоединения к ЕС. Страны ЦВЕ, стремясь максимально развить двухуровневую национальную банковскую систему, прежде всего, создали предпосылки для ее экстенсивного роста, т. е. максимального увеличения числа коммерческих банков. В то же время велась работа по приведению банковского законодательства в максимальное соответствие со стандартами ЕС: в 1997 году в Болгарии, в 1996 году в Венгрии, в 1998 году в Польше были приняты соответствующие нормативно-правовые акты в области банковского дела. Нарастание негативных тенденций в банковских системах стран ЦВЕ, их слабость, предопределила необходимость второго этапа реформирования.

Вторым этапом развития национальных банковских систем явилось их качественное преобразование сверху, которое было обусловлено, с одной стороны, ужесточением требований Центральных банков ЦВЕ по выдаче лицензий, с другой стороны, установлением жестких нормативных требований к коммерческим банкам. Практическое выражение данные тенденции нашли в увеличении минимального размера уставного капитала коммерческих банков. Так, в Венгрии данный показатель возрос с 1 млрд. форинтов в 1991 году до 2 млрд. форинтов в 1997 году; в Болгарии с 200 млн. левов для получения внутренней лицензии и 500 млн. левов для внешней в 1993 году, до 1400 млн. левов для внутренней и 2200 млн. левов для внешней в 1996 году; в Чехии с 50 тыс. крон в 1990 году до 300 тыс. крон в 1991 году и 500 тыс. крон в 1993 году. Дальнейшая либерализация банковских систем привела к существенному ухудшению позиций национального капитала. Более того, уже по состоянию на 2002 год большинство банковских организаций в таких странах ЦВЕ как Чехия, Венгрия, Словакия, Польша, находятся под контролем иностранных инвесторов. Попытки дать оценку данному факту, с нашей точки зрения, должны быть предприняты с учетом того факта, что реформирование банковских систем стран ЦВЕ происходило во время и в рамках их вступления в ЕС, а также под влиянием коренных административных преобразований.

Присоединение к ЕС априори предполагает взаимопроникновение экономических систем, переплетение хозяйственных связей между его новыми и старыми членами, в том числе в

области банковского дела. Слабость банковских систем стран ЦВЕ создала закономерные предпосылки для роста доли иностранного капитала. Таким образом, итоги реформирования в виде текущего состояния банковских систем стран ЦВЕ видятся нам заранее обдуманной со стороны правительств этих государств, не спонтанными, а запланированными. По всей видимости, выгоды, получаемые в результате вступления в ЕС по остальным направлениям, заставили правительства стран ЦВЕ «отдать» национальный банковский бизнес.

Другим характерным примером практики либерализации банковских систем развивающихся стран являются государства Латинской Америки, которые продемонстрировали различную динамику доли иностранного капитала после вступления в ВТО, несмотря на то, что эти страны находятся в одном географическом регионе и, соответственно, в одной экономической зоне. Различия в результирующих структурах банковских систем, прежде всего, необходимо связывать с изначальным их состоянием, а также с переговорной позицией правительств этих государств.

Так, Мексика, имеющая крайне неудовлетворительное (предкризисное) состояние банковской системы до вступления в ВТО, продемонстрировала рост иностранного банковского капитала практически с нуля до 80 %. При этом наблюдалась консолидация банковского капитала, переход национальных банков под контроль иностранного капитала. Положительными тенденциями можно назвать рост производительности труда, повышение качества предоставляемых банковских услуг. Таким образом, с точки зрения конечных потребителей, банковская система Мексики претерпела изменения, получила значительный импульс развития, в то же время, многократно возросла и ее зависимость от иностранного капитала.

С другой стороны, другие страны Латинской Америки, Аргентина, Бразилия и Чили, сумели ограничить доступ иностранного капитала на внутренние рынки в процессе присоединения к ВТО, в 2002 году доли иностранного капитала составили соответственно 38 %, 25 %, 57 %.

Рассмотрение процессов либерализации банковских систем различных стран позволяет сделать следующие выводы. Ход реформирования и результирующая структура банковской системы страны находятся в значительной

зависимости от мотивов данного реформирования. Для развитых стран — это качественное улучшение банковской системы, усиление тенденций конкуренции, приводящее к росту качества услуг, организация выгодных условий для экспорта банковских услуг. Для развивающихся стран, стран с переходной экономикой, мотивом реформирования в самом общем виде стало создание эффективной банковской системы в условиях различных политико-административных реформ (приватизация банковской системы, вступление в ЕС, вступление в ВТО). Стремление к наибольшим структурным изменениям испытывают наименее сильные банковские системы с недостаточным уровнем капитализации. При этом фактические изменения во многом предопределяются стратегией правительств стран относительно развития банковской системы в период реформ, выражающейся в установлении административных ограничений и предписаний.

Рассматривая вопрос вступления России в ВТО в рамках настоящего исследования, наибольший интерес представляют переговоры по доступу на рынок услуг и их возможные последствия для отечественной экономики. В настоящее время, переговоры, начало которых можно отнести к 1993 году, когда Россия обратилась с официальной заявкой о присоединении к Генеральному соглашению по тарифам и торговле (ГАТТ) (преемником которого стала ВТО), находятся в завершающей стадии. В частности, подписаны протоколы по доступу на рынок услуг со всеми двадцатью семью членами Рабочей группы, с которыми проводились соответствующие переговоры. По итогам переговоров Россия приняла на себя обязательства по улучшению условий доступа на рынок по 115 секторам из 155².

В сфере банковского дела было достигнуто соглашение об установлении максимальной доли иностранного капитала в отечественной банковской системе на уровне 50 %³. При этом стороны договорились, что доли, приобретенные иностранными инвесторами до 01.01.2007 года, приравниваются к российским, а эта величина составляет порядка 7 %⁴. По состоянию на начало 2007 года Банком России за-

² Данные www.wto.ru

³ Данные сайта www.gzt.ru

⁴ Данные сайта www.cbr.ru



регистрированы 153 кредитные организации с иностранным участием, в том числе 52 со 100 % участием и 13 с долей иностранного капитала от 50 % до 100 %. Известно, что изначальная позиция российской стороны по данному вопросу заключалась в установлении максимальной отметки на уровне 12 %, затем, в ходе переговоров, данная величина была сначала увеличена до 25 %, а затем до 50 % под давлением, прежде всего, американских переговорщиков.

Оценивая роль России на международном рынке финансовых услуг нельзя не отметить, что в качестве стран реципиентов прямых зарубежных инвестиций, чаще всего, выступают развивающиеся страны, которые нуждаются в притоке капитала и имеют благоприятные условия для коммерческого присутствия. Данный факт, а также уровень развития отечественного рынка финансовых услуг, который, очевидно, отстает от рынков развитых стран, недостаточный уровень капитализации отечественных банков позволяют говорить о том, что результирующий вектор движения капитала применительно к рассматриваемой банковской отрасли будет направлен, по-видимому, в нашу страну. Поэтому при оценке последствий вступления России в ВТО для национальной банковской системы, наибольшее внимание, по нашему мнению, следует уделить оценкам и прогнозам, посвященным деятельности иностранных кредитных организаций в той или иной форме на нашей территории. Этот же ракурс вопроса относится и к проблематике устойчивости отечественной банковской системы.

Проблема конкурентного сосуществования российских и иностранных банков на отечественном рынке получила широкий резонанс в научной среде и среди специалистов-практиков. В настоящее время наметилось несколько основных вопросов, вызывающих наибольший интерес.

Основополагающим документом в области регулирования торговли услугами в Рамках ВТО является Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТТС). Данный документ рассматривает торговлю услугами как поставку услуг:

- (а) с территории одного члена на территорию любого другого члена;
- (б) на территории одного члена потребителю услуг любого другого члена;
- (с) поставщиком услуг одного члена путем коммерческого присутствия на территории любого другого члена;

(d) поставщиком услуг одного члена путем присутствия физических лиц члена на территории любого другого члена».

Учитывая цели настоящего исследования, практику регистрации банковских организаций Банком России, остановимся на такой форме как коммерческое присутствие, которое представляет собой в рамках ГАТТС «любую форму делового или профессионального учреждения, включая посредством: учреждения, приобретения или сохранения юридического лица, или создания или использования филиала или представительства».

Вышеуказанные формы коммерческого присутствия характеризуются различными правовыми особенностями. Так, например, филиал не является юридическим лицом в отличие от дочерней компании. Это порождает дискуссионный вопрос о порядке расчета капитала филиала иностранного банка. С одной стороны, учитывая тот факт, что филиал не является юридическим лицом, капитал должен быть рассчитан исходя из капитала головной компании. При таком варианте отечественные банки могут оказаться в заведомо невыгодном положении, так как капиталы большинства отечественных банков значительно уступают капиталам многих европейских конкурентов, тем более крупнейших транснациональных банков. Одним из вариантов решения данного вопроса является организация синдицированного кредитования отечественными коммерческими банками, однако на текущий момент рынок синдицированного кредитования России оценивается многими экспертами как слабо-развитый.

С другой стороны, в случае разработки соответствующего банковского законодательства, возможна ситуация, когда расчет капитала филиала будет производиться исходя из затрат головного офиса на его создание. Такой выход из положения реализовала, например, Венгрия в 1997 году. С нашей точки зрения, данный вариант решения проблемы является более предпочтительным для отечественного банковского бизнеса. Более того, он должен стимулировать иностранные банки к осуществлению масштабных инвестиций в организацию филиалов на территории РФ.

Вторым существенным вопросом, вытекающим из проблемы об определении форм коммерческого присутствия иностранных коммерческих банков на территории России,

является вопрос надзора за деятельностью филиалов иностранных банков. Деятельность филиала в системе иностранного транснационального банка должна регулироваться как Центральным банком РФ, так и регулирующим органом страны расположения и регистрации головного офиса вышеуказанного банка. Наличие двойного регулирования теоретически может создать препятствия для осуществления надзорной деятельности Центральному банку РФ. Некоторые исследователи, наоборот, склоняются к мнению, что двойное регулирование «... будет способствовать росту прозрачности и доверия к банковской системе страны» (источник — ВТО.ру, статья — чего бояться а чего нет). Более того, в качестве основного аргумента в пользу двойного регулирования приводится тот факт, что в настоящее время сформирована нормативная база и накоплена соответствующая практика надзора за деятельностью филиалов коммерческих банков за границей. Имеется ввиду такой международный орган как Базельский комитет.

Существенным вопросом в рассматриваемом ракурсе, является вопрос масштабного привлечения в страну дешевых кредитных ресурсов, что, по-видимому, должно оказать значительное негативное влияние на отечественные кредитные институты. Ценовые конкурентные преимущества зарубежных кредитных организаций, по мнению некоторых исследователей, могут привести к захвату наиболее привлекательных групп клиентов, а затем, возможно, к полному вытеснению с рынка. В качестве контраргумента выступает мнение о том, что отечественные коммерческие банки могут, подобно иностранным заимствовать «дешевые» кредитные средства зарубежом. Практика кредитования отечественных коммерческих банков на международных рынках неоднозначна.

Распространено мнение, что значение вопроса о вариантах коммерческого присутствия, придаваемое различными исследователями, представителями банковского сообщества, является необоснованно преувеличенным. Тем не менее, официальная переговорная позиция России заключается в том, чтобы единственной формой коммерческого присутствия на отечественном банковском рынке оставались дочерние организации.

И, наконец, в-четвертых, проблема дальнейшего изменения структуры банковской систе-

мы под влиянием внутренних сил и в связи со вступлением в ВТО в ближайшие несколько лет. С одной стороны крупнейшие отечественные банки, Внешторгбанк, Сбербанк, Газпромбанк аккумулируют на своих счетах около 40 % всех активов банковской системы, с другой стороны, недостаточная капитализация некрупных коммерческих банков, в том числе региональных, обуславливают внутреннюю тенденцию к консолидации в банковской отрасли России. Аналитики из рейтингового агентства Fitch считают, что глобализация банковского дела, ускорит процесс укрупнения отечественной банковской системы, наметившийся в последние годы. Таким образом, создаются предпосылки для волны слияний и поглощений, что оценивается нами как фактор, положительно влияющий на конкурентоспособность отечественного банковского бизнеса. Решение вопроса регулирования доли иностранного капитала в национальной банковской системе во многих странах связывается с установлением различных количественных ограничений, которые могли бы защитить отечественный бизнес, предотвратить захват рынка. Таким образом, установление доли иностранного капитала в отечественной банковской системе на уровне 50 % выполняет определенную защитную роль для отечественных банковских институтов.

Позиция Министерства экономического развития и торговли относительно последствий вступления России в ВТО для отечественной банковской системы, изложенная руководителем отдела ВТО Департамента торговых переговоров МЭРТ Лякишевым Д.В. и директором департамента торговых переговоров МЭРТ Медведковым М.Ю., заключается в том, что «потенциальная опасность, связанная с возможностью вытеснения с рынка банковских услуг российского капитала, представляется преувеличенной»⁵. Расчеты экспертов МЭРТ не предполагают существенное изменение доли иностранного капитала в банковской системе России в результате вступления в ВТО в ближайшем будущем.

В целом, большинство исследователей вопроса вступления России в ВТО сходятся во мнении, что вступление в ВТО не окажет революционного влияния на отечественный рынок банковских услуг.

⁵ www.rgwto.ru



В настоящее время можно с уверенностью утверждать, что Российская Федерация не находится перед кардинальными административно-правовыми или экономическими катаклизмами, что обусловило преимущество ее положения на переговорах по вступлению в ВТО по сравнению, например, со странами ЦВЕ при вступлении их в ЕС. Представители российской стороны, в частности Г. Греф, неоднократно озвучивали официальную позицию, которая заключается в том, что вступление в ВТО не является самоцелью для нашей страны, кроме того, уровень достигнутых со многими членами ВТО двусторонних договоренностей показывает, что во многих отраслях вступление в ВТО не предопределяет значительные изменения. Вышеописанные факторы, тем не менее, не позволили в результате переговорного процесса обеспечить законодательную невозможность повторения сценария развития большинства банковских систем ЦВЕ, некоторых банковских систем Латинской Америки за счет установления максимальной доли иностранного капитала в банковской системе России. Более того, нельзя не согласиться с тем, что интерес иностранного капитала к отечественному банковскому рынку неуклонно растет и максимальные темпы этого роста пришлись на последние годы. Это подтверждается динамикой иностранного присутствия на отечественном рынке банковских услуг, начиная с 2005 г., когда переговоры по ВТО интенсифицировались: так если на 01.01.2006 г. было зарегистрировано 45 кредитных организаций с участием нерезидентов, то на аналогичный период в 2006 г. данная величина составила 52 организации, а в 2007 г. — 66. Увеличение за два года составило 46,7 %, причем данная динамика имела место на фоне общего сокращения числа кредитных организаций в России. Таким образом, выводы некоторых исследователей, позиция МЭРТ РФ относительно последствий вступления России в ВТО для банковской системы можно поставить под сомнение. Кроме того, в качестве дополнительного фактора, провоцирующего приход иностранных банков в Россию является нестабильная, околорезисная ситуация на американском ипотечном рынке, обострившаяся в 2007 году. Существенные потери кредитных организаций на в Соединенных Штатах толкают последних к поиску менее насыщенных и более перспективных рынков, к которым, несомненно, можно отнести российский.

Очевидно, что в ближайшее время российский региональный банковский сектор будет действовать в условиях жесткой конкуренции со стороны банков с иностранным участием, в том числе в области кредитования.

Возникает закономерный вопрос: каким образом учитывать фактор вступления России в ВТО и влияние его на отечественную банковскую систему при разработке кредитной политики?

С нашей точки зрения, прежде чем найти решение данного вопроса, необходимо произвести идентификацию данного фактора, а именно решить вопрос о том, какие принципиальные особенности присущи коммерческим банкам с иностранным капиталом. Во-первых, это наличие общей стратегии, заключающейся в обеспечении выхода на рынок, захвата его доли. Во-вторых, весьма вероятно, что дочерние банки зарубежных кредитных организаций принесут с собой высокие стандарты и технологии обслуживания. Об этом, в частности, свидетельствует тот факт, что банки с иностранным участием, открывая филиалы в регионах, централизованно проводят многомесячные тренинги вновь набираемого персонала с целью отбора, повышения профессионализма в области обслуживания, внедрения унифицированных технологий и стандартов. В-третьих, кредитные учреждения с иностранным капиталом смогут качественно предоставлять услуги, слабо развитые на отечественном рынке, но, тем не менее, очень востребованные. Прежде всего, речь идет о консалтинговых услугах, синдицированном и инвестиционном кредитовании.

В соответствии с проведенным выше анализом, отечественным кредитным институтам при разработке кредитной политики рекомендуется учитывать следующие направления работы:

- сохранение сложившейся базы заемщиков, установление долгосрочных партнерских связей с крупнейшими из них;
- выработку и постоянное совершенствование стандартов обслуживания, повышение квалификации и профессионализма персонала;
- упреждающее развитие слабо развитых на отечественном рынке кредитных услуг.

Конкретные практические действия могут осуществляться как во внесении изменений в ценовую политику банка, ориентацию ее на сохранение клиентской базы, так и в проведении организационных мероприятий по совершенствованию кредитного процесса.

Таким образом, возможное вступление России в ВТО является существенным фактором, воздействующим на банковскую систему

России, и отечественные банковские институты должны учитывать данную возможность при стратегическом планировании.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Юдаева К. Бессонова Е. и др. Секторальный и региональный анализ последствий вступления России в ВТО: оценка издержек и выгод №3 2003/ Московский центр Карнеги, 2003 г.

2. Чутикул К. ВТО не откроет для Китая райские врата//Банкок Пост, 2001 г.

3. www.wto.com

4. www.wto.ru

5. www.economy.gov.ru

6. www.rgwto.ru

7. www.cbr.ru

8. www.qzt.ru

Королев В.А., Галстян А.Ш., Шиянова А.А.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ И АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЙ СТАБИЛИЗАЦИИ РАБОТЫ СИСТЕМЫ АВТОСТРАХОВАНИЯ

Оценить финансовую устойчивость операций по рисковому виду страхования концептуально возможно путем сопоставления показателей убыточности страховой суммы ($Y_{с.с.}$ — норма выплат) и убыточности страховых операций ($Y_{с.о.}$ — уровень выплат). Убыточность страховой суммы определяется как отношение объема выплат к совокупной страховой сумме по заключенным договорам и является основой нетто-части тарифов по виду страхования. Убыточность страховых операций определяется как отношение объема выплат-нетто к объему премий-нетто. Следовательно, должно соблюдаться условие $Y_{с.с.} \geq Y_{с.о.}$. Если уровень выплат (фактическая убыточность) превышает норму выплат (расчетную убыточность), значит страховые тарифы являются фактором убыточности операций, то есть финансовой неустойчивости [3].

С нашей точки зрения, с момента вступления в силу закона «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств», то есть с 2004 года, произошли принципиальные изменения позиций компаний-автостраховщиков по показателям финансовой устойчивости, в связи с чем целесообразно проанализировать эволюцию характеристик убыточности ОСАГО.

На 1 января 2004 года количество страховых организаций в Российской Федерации, имеющих лицензию на проведение обязательного страхования владельцев транспортных средств, составляло 156, а на 31 декабря 2004 года — 169, из которых 165 действительно проводили операции по ОСАГО. Количество представителей страховых организаций насчитывалось порядка 30 348 единиц. Основные показатели деятельности страховых организаций в 2004 году приведены в таблице 1.



Таблица 1.

Основные показатели деятельности страховых организаций РФ в 2004 году

Общее количество договоров	26,5 млн. шт.
— с физическими лицами	21,9 млн. шт.
— юридическими лицами	4,6 млн. шт.
Страховые премии по договорам ОСАГО	50,6 млрд. рублей
— по договорам с физическими лицами	40,5 млрд. рублей
— по договорам с юридическими лицами	10,1 млрд. рублей
Страховых случаев	901 925 шт.
Страховые выплаты	19,7 млрд. рублей
по договорам с физическими лицами	16,7 млрд. рублей
по договорам с юридическими лицами	3,0 млрд. рублей

Бурный приток денежных средств в страховые компании, характерный для 2004 года, способствовал формированию представлений о «безубыточности» ОСАГО, хотя, при расчете, убыточность операций по ОСАГО в 2004 году составила 55,5 % [1]. На 1 января 2005 года 169 страховых организаций имели лицензию на проведение обязательного страхования владельцев транспортных средств, к концу года их число уменьшилось до 162, а количество представителей страховых организаций сократилось до 28 601 единицы, что является подтверждением убыточности деятельности ряда компаний в системе автострахования. Основные показатели деятельности страховых организаций в 2004 году приведены в таблице 2.

среднерыночного. Убыточность свыше 100 % была зафиксирована на Алтае (106,5 %), где было собрано 12,5 млн. руб. премии, или 0,1 % от всех поступлений по ОСАГО. Теоретически обязательное страхование автогражданской ответственности становится для страховщиков убыточным, если уровень выплат превышает 77 % от сборов (по закону об ОСАГО 20 % премии компании расходуют на ведение дела, 3 % отчисляют в резервы убытков и текущих компенсационных выплат).

В I квартале убыточность по обязательной «автогражданке» свыше 77 % была зафиксирована в 8 субъектах РФ (рис. 1).

В совокупности в этих субъектах РФ было собрано 1,233 млрд. руб. премии, или 9,3 % от

Таблица 2.

Основные показатели деятельности страховых организаций РФ в 2005 году

Страховые премии по договорам ОСАГО	55,3 млрд. рублей
— по договорам с физическими лицами	45,1 млрд. рублей
— по договорам с юридическими лицами	10,2 млрд. рублей
Страховых случаев	1 103 232
Страховые выплаты	28,2 млрд. рублей
по договорам с физическими лицами	23,9 млрд. рублей
по договорам с юридическими лицами	4,3 млрд. рублей

Убыточность операций по ОСАГО в 2005 году составила 58,6 % [1].

По данным ФССН, в I квартале 2006 г. среднерыночная убыточность по ОСАГО составила 55,5 %: при сборах всех российских страховщиков в этом сегменте 13,3 млрд. руб. Почти 63 % всех поступлений по ОСАГО обеспечили регионы, коэффициент выплат в которых был ниже

всех сборов по ОСАГО. Коэффициент выплат выше среднерыночного, но ниже «убыточного» был в 34 субъектах РФ. Еще в 37 субъектах РФ коэффициент выплат не превысил среднерыночного. Это, в частности, Москва (45,6 %) и Московская область (47,1 %), Санкт-Петербург (43,1 %), Ленинградская (30,1 %), Самарская (54,2 %), Ростовская (54 %), Иркутская (49,2 %),

Волгоградская (51.3 %) области, Ставропольский (45.3 %), Алтайский (41.9 %) и Приморский (43.2 %) края.

В целом за 2006 год в едином государственном реестре субъектов страхового дела на 31.12.2006 было зарегистрировано 918 страховых организаций. Обобщены оперативные данные, полученные в электронном виде от 903

тники рынка. Однако в августе 2006 года чиновники пришли к выводу, что удовлетворять запрос страховщиков нет необходимости.

Два года назад Правительство РФ внесло незначительные коррективы: согласно постановлению, вступившему в силу 1 января 2006 года, территориальный коэффициент для автомобилистов Подмосковья стал не 1,7, а 1,8, также

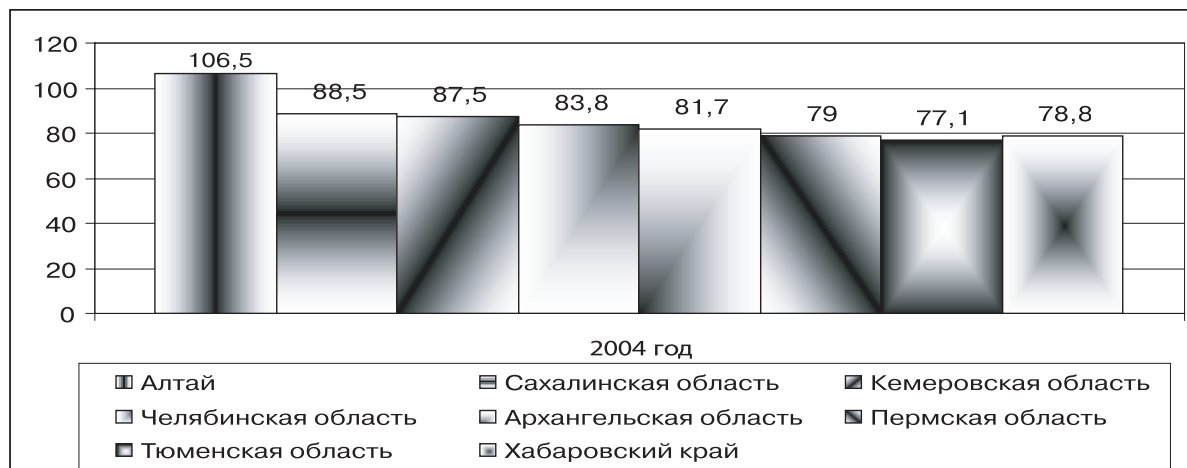


Рис. 1. Субъекты РФ, где зафиксирована убыточность ОСАГО свыше 77 %

страховщиков: 9 — не проводили страховые операции, 6 — не представили форму ведомственного государственного статистического наблюдения № 1-С «Сведения об основных показателях деятельности страховой организации за январь-декабрь 2006 года». Страховые премии по договорам ОСАГО в 2006 составили 63,9 млрд. рублей. Количество страховых случаев увеличилось, а соответственно страховые выплаты по договорам ОСАГО составили 33,3 млрд. рублей [1]. Убыточность операций по ОСАГО в 2006 году составила 60,8 %.

В 2007 году для пятой части страховых компаний ОСАГО стало малорентабельным или вовсе убыточным. В первом полугодии убыточность компаний по этому сектору доходила почти до критической отметки в 70 %. За год средняя выплата по страховому случаю увеличилась на 6,7 %, а коэффициент выплат (соотношение выплат к сборам) в I квартале этого года составил 54,7 %.

По нашему мнению, основной причиной такой динамики является инфляция. Закон об ОСАГО был принят в 2003 году. По истечении некоторого срока действия закона Минфин РФ обещал поднять вопрос о пересмотре тарифов по ОСАГО, на котором не раз настаивали учас-

был усреднен коэффициент для небольших городов: 0,5 вместо 0,4 для сельских районов и 0,6 — для населенных пунктов с числом жителей 10–50 тыс. человек. В то же время на протяжении четырех лет действия ОСАГО инфляция существенно превысила 10 %, соответственно, тарифы, утвержденные в 2003 году, обесценились более чем на треть.

Оценивая итоги 2007 года, отметим, что в едином государственном реестре субъектов страхового дела на 31.12.2007 зарегистрировано 857 страховых организаций, что меньше по сравнению с 2006 на 61 страховую организацию. Обобщены оперативные данные, полученные в электронном виде от 800 страховщиков: 11 — не проводили страховые операции, 46 — не представили форму ведомственного государственного статистического наблюдения № 1-С «Сведения об основных показателях деятельности страховой организации за январь-декабрь 2007 года» по электронной почте.

Страховые премии по договорам ОСАГО в 2007 составили 70,4 млрд. рублей. Количество произошедших страховых случаев увеличилось, а соответственно страховые выплаты по договорам ОСАГО составили 40,1 млрд. рублей [1].

Убыточность операций по ОСАГО в 2007 году составила 63,7 %.

На рисунке 2 представлена динамика собранных страховщиками премий и динамика выплат по договорам ОСАГО. Анализ динамики данных показателей позволяет нам сделать вывод, что и премии, и выплаты по ОСАГО имеют растущий тренд, однако, как видно из рисунка, сближение (пересечение) линий трендов премий и выплат свидетельствует о росте убыточности данного вида страхования. На рисунке 3 представлена динамика убыточности операций по ОСАГО с 2004 года по 2010 год. Данный показатель также имеет растущий тренд.

Проанализировав убыточность обязательного страхования автогражданской ответственности владельцев транспортных средств, можно сделать вывод, что растущий тренд данного показателя обеспечивают в основном два фактора:

— увеличивающееся количество выплат по страховым случаям, которое, по нашему

мнению, являются следствием увеличивающегося количества дорожно-транспортных происшествий;

— неадекватная тарифная политика по ОСАГО, регламентируемая государством и не учитывающая растущую инфляцию, что в целом привело к обесцениванию тарифов по ОСАГО на треть.

Также, по нашему мнению, существенную роль играют запланированные нововведения, (направленные на страхователя) которые также окажут значительное влияние на рост убыточности ОСАГО и потребуют повышения тарифов для стабилизации ситуации. В первую очередь к таким новшествам следует отнести введение упрощенной системы урегулирования убытков. Это общеевропейская норма, к которой российский рынок пока не готов, так как ОСАГО не унифицирована. Необходима действительно единая система оценки убытков. В итоге процесс урегулирования для страховщиков усложнится и по оценкам, это приведет

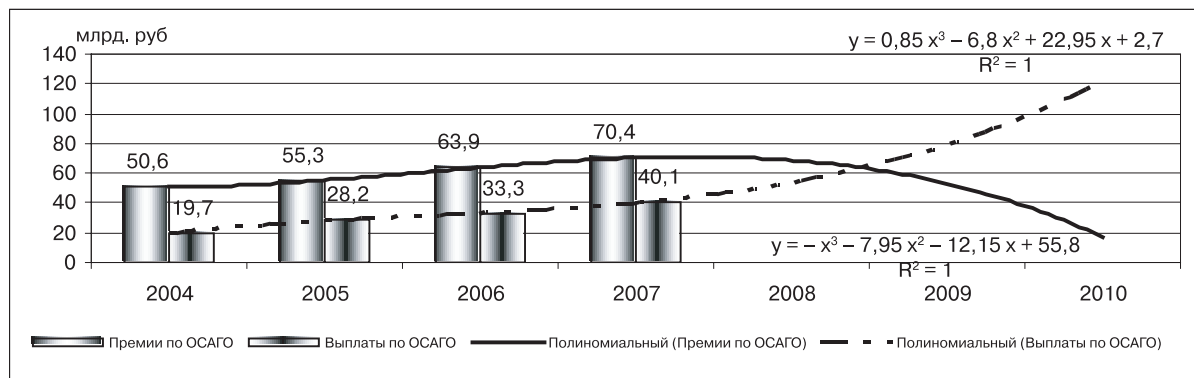


Рис. 2. Динамика собранных премий и произведенных выплат по договорам ОСАГО

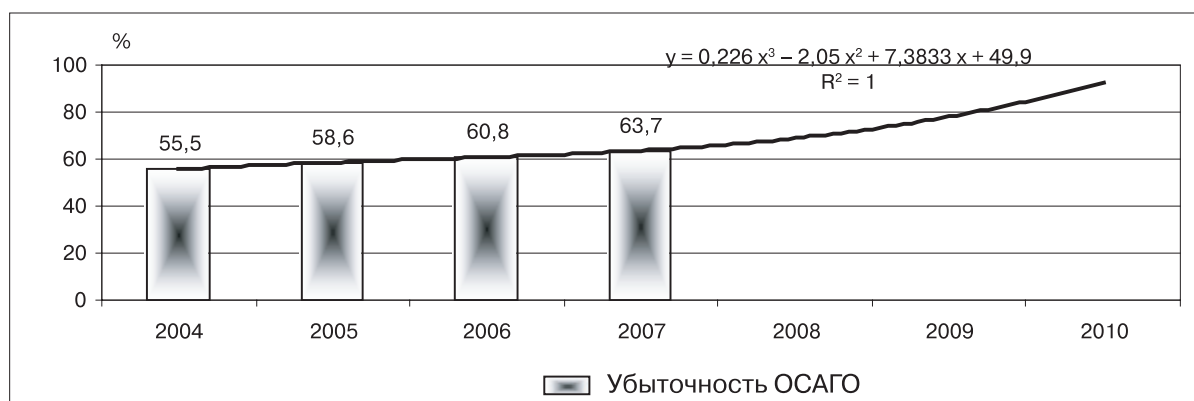


Рис. 3. Динамика убыточности операций по ОСАГО

к росту убыточности на 5–10 % [2]. Следующим нововведением, которое может кардинальным образом повлиять на убыточность ОСАГО, является подготовленный Минфином проект поправок к закону об ОСАГО, содержащий идею возмещения реальной стоимости ремонта, без учета износа деталей. По мнению некоторых экспертов в сфере страхования при оплате ремонта без учета износа более высокой должна быть и страховая премия. По расчетам экспертов тарифы нужно будет увеличить на 35–40 %. Ряд специалистов предполагают, что для средних страховых компаний такое нововведение будет разорительным. Около половины всего российского автопарка составляют автомобили, произведенные около десяти лет назад и более. Из-за проблем с запасными частями страховщики ограничивают «возраст» транспортных средств при страховании по «КАСКО». Для того чтобы полученного возмещения было достаточно на ремонт в полном объеме, тариф должен быть увеличен на 40 %, а в ряде случаев, возможно, и на 50 %.

Еще одна новация в ОСАГО — методика расчета ущерба за вред жизни и здоровью, цель которой — более полное возмещение ущерба. Следует заметить, что действующие тарифы на полное возмещение вреда не были рассчитаны изначально, поэтому должны быть изменены. Компенсация вреда, причиненного жизни или здоровью, должна быть адекватной самому вреду, и потерпевшие должны получать возмещение в полном объеме. Отметим также, что даже в теории при формировании действующих тарифов данные выплаты не учитываются. При

установлении порядка определения размера компенсаций за вред здоровью необходимо будет учесть дополнительную нагрузку на выплаты и отразить ее в тарифе.

Таким образом, проанализировав уровень убыточности операций по ОСАГО можно заключить, что, для стабилизации ситуации по ОСАГО страховым компаниям необходимо: оптимизировать распределение затрат страховой компании в системе автострахования; увеличивать финансовый ресурс страховой компании.

Под оптимизацией распределения затрат страховой компании в системе автострахования мы понимаем целенаправленное перераспределение затрат страховой организации, ведущее к сокращению страховых случаев, а соответственно и выплат по страховым случаям. К наиболее значимым направлениям диверсификации затрат мы относим: инновационные решения, предупреждающие дорожно-транспортные происшествия (ДТП), сокращающие количество обращений в страховые компании за выплатами страхового возмещения по ОСАГО; модернизацию системы дорог (дорожной системы): улучшение дорожного покрытия, нанесения дорожной разметки, модернизацию светофорных и осветительных объектов и так далее; совершенствование правовых норм, регламентирующих порядок реализации указанных направлений.

Увеличить финансовый ресурс возможно путем усовершенствования тарифной политики и посредством разработки новых страховых программ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Данные Федеральной Службы Страхового Надзора www.fssn.ru.
2. Интервью заместителя генерального директора компании «Ренессанс Страхование» <http://www.izvestia.ru/insurance/article3102644/index.html>.

3. Финансовый анализ страховых организаций: учеб. пособие / С.В. Куликов. Ростов н/Д.: Феникс; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2006. С. 224.

ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ ТРАДИЦИОННОГО БИЗНЕСА К НОВОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЕ

Революция, совершающаяся в области информационных технологий по своему влиянию на общество и экономику сравнима, пожалуй, с промышленной революцией. В настоящее время компьютеризация все больше и больше проникает почти во все сферы жизни и хозяйствования. Сегодня информационное пространство стало частью нашей экономики. Расширение глобальной сети Интернет открыло новые возможности для ведения бизнеса и переноса традиционной коммерческой деятельности в мировую информационную сеть. К концу XX века инновационная спираль привела к возникновению Интернета, и многие сферы бизнеса перенеслись в новую среду и стали интерактивными. В различных публикациях, посвященных данной теме, зачастую, виртуальный бизнес отождествляется с электронной коммерцией, или сама коммерция с бизнесом, таким образом, все эти понятия настолько перемешиваются, что их уже не разграничивают, но на наш взгляд, это не совсем верно.

Виртуальный бизнес называют «электронным», здесь возникает двусмысленность в понимании определения и не прослеживается взаимосвязь названия и содержания.

Можно рассмотреть этот вопрос с двух точек зрения: первая — электронный бизнес, с точки зрения получения прибыли от предоставления электронных услуг, продажи компьютерной техники и программных продуктов; вторая — электронный бизнес, с точки зрения ведения своих операций с партнерами и клиентами, а также различных платежей и расчетов, с использованием новых информационных сред и различного рода электронных сетей.

В данном случае нас будет интересовать вторая точка зрения, исходя из этого, определение виртуального бизнеса можно представить следующим образом: виртуальный бизнес — система ведения хозяйственной деятельности, базирую-

щаяся на применении новых технологий в расчетах и внедрении новейших информационных технологий в построение финансово-хозяйственных отношений с партнерами и с клиентами. Можно поспорить с названием «виртуальный», но, как мы считаем, оно более отвечает требованию тесной взаимосвязи названия и содержания, что важно в научном определении, можно допустить так же замену понятия «виртуального бизнеса» на понятие «Интернет-бизнес».

Понятие «виртуальный бизнес» более широкое, чем, например, «виртуальная торговля», так как оно объединяет не только порядок «купли-продажи», но и систему организации всего хозяйственно-торгового процесса на фирме. Виртуальный бизнес можно классифицировать применительно к фирмам, занимающимся торговлей в Сети по следующим ступеням:

I ступень: представительство в Интернет т. е. компания имеет свой веб-сайт, на котором размещается информация о ней и сведения о ее маркетинговых программах;

II ступень: проведение транзакций (расчетов, платежей) через Интернет;

III ступень: синхронизация первой и второй ступени, работа фирмы в Сети в полном объеме.

Переход к виртуальному бизнесу начался еще в 90-ых годах, можно определить несколько факторов, которые послужили толчком к этому переходу:

1. либерализация рынков;
2. мобильность капитала;
3. глобализация стандартов;
4. новое «цифровое» пространство.

В 1996 году Каплан и Нортон в 1-ом издании своей книги «Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action» сформулировали несколько примерных критериев, на основе которых должны строиться организации информационного века [2]:

- размывание функциональных границ внутри организаций;
- прямое взаимодействие с покупателями и поставщиками;
- высокая степень потребительской сегментации;
- глобальный масштаб (отсутствие границ);
- непрерывные инновации (сокращение жизненного цикла товара);
- первостепенная роль высококвалифицированного персонала.

Можно предположить, что в изменившихся условиях должны формироваться и совершенно новые организации, с другими принципами построения и особой спецификой управления.

Наряду с осязаемыми ресурсами (сырье, трудовые ресурсы и т. д.) компания потребляет и неосязаемые ресурсы (информация), в настоящее время доля затрат на неосязаемые ресурсы (поиск информации, обмен ею с партнерами, мониторинг действий конкурентов) составляет существенную часть издержек компании. Высокие затраты на взаимодействие, могут ограничивать рост компании, так как наращивая производство она должна взаимодействовать с все большим числом поставщиков и потребителей. Сравним традиционный бизнес и виртуальный, что определяет успех деятельности компании в том или другом случае:

Таблица 1.1.

Сравнительная характеристика критериев успешной деятельности традиционного и виртуального бизнеса.

Традиционный бизнес	Виртуальный бизнес
Экспертиза	Интеллектуальная собственность
Репутация (goodwill)	Бренд
Хорошие исполнители	Таланты
Устойчивые «связи»	Гибкие альянсы

Поскольку затраты на взаимодействие внутри компании все же значительно меньше, чем при работе со сторонними поставщиками и потребителями, она пытается объединиться со своими контрагентами, т. о. создаются вертикально-интегрированные холдинги, каждый член которых неизбежно ограничивает себя в выборе партнеров, по продуктам и по цене, предлагаемого ими товара. Все вышеописанное было и остается характерным для многих российских компаний. Сейчас, стандартизация деловых процессов, продукции, форматов пе-

редачи данных, языка общения, а также новое «цифровое» пространство, т. е. Всемирная Сеть — все это снизило затраты на взаимодействие между компаниями, это в свою очередь снизило барьеры конкуренции и привело к либерализации рынков, вследствие чего возросла мобильность капитала.

Если сказать о компаниях, то суть перехода традиционного бизнеса в виртуальный, это:

- переход от управления осязаемыми активами к управлению нематериальными активами;
- отход от связей через собственность к созданию альянсов;
- вместо долголетнего зарабатывания репутации (имиджа фирмы и т. п.) — продвижение бренда;
- от поиска исполнителей — к поиску талантов.

Факторы революционного поворота традиционного бизнеса к виртуальному, повлияли на процесс внедрения реальной торговой компании в ИНТЕРНЕТ-бизнес. Для такой интеграции характерно четыре стадии процесса [3]:

I. Компания использует Сеть как дополнительный маркетинговый канал, никаких принципиальных изменений не происходит, эффект от использования Сети невелик;

II. Интернет становится инструментом бизнеса, связывая в единую электронную цепочку поставщика, саму компанию и потребителя;

III. Многие бизнес-процессы полностью автоматизируются, на этом этапе руководство компании определяет ее основные и не основные функции. Причем не основные функции можно отдать на «аутсорсинг» другим компаниям, т. е. в аренду. Компания никогда не должна отдавать: «ноу-хау» (know-how) — разработку продукта, прямое общение с клиентами и обслуживание клиентов. Идея аутсорсинга не нова, но новые технологии облегчают обмен информацией с обслуживающими компаниями, в результате происходит переход от компании с основными функциями к виртуальной компании, решающей стратегические вопросы взаимоотношений с клиентами и продвижением продукта на рынке. Яркий пример тому такие известные компании как “Cisco”, “General Electric”. На оборудовании “Cisco” работает половина ИНТЕРНЕТ, сама же компания сборкой оборудования не занимается, а “General Electric” избавляется от производственных мощностей, так как конкурировать на рын-



ке начинают чистые “ноу-хау” и владеющие ими бренды. Например, Интернет-компания «Yahoo!» (крупнейший в мире интернет-каталог) 90 % ее стоимости приходится на долю нематериальных активов, капитал оценивается в 64,6 млрд. \$, хотя кроме ноу-хау и клиентов она не имеет реальных активов.

IV. Новые технологии приводят к развитию схемы, при которой продукт и его конфигурацию формирует не производитель, а заказчик, т. е. перестает существовать кампания в традиционном понимании этого понятия. В новый бизнес входят не компании, а их модули (по аналогии с детским конструктором «LEGO»), которые соединяются в цепочки и единственной целью комбинации модулей будет соответствие запросам потребителя, которые очень не постоянны. Пока лидеры виртуального бизнеса больше расходуют, чем зарабатывают, вложения в новую сферу экономики — это пока венчурный капитал, особенно в России, но через несколько лет, даже при минимальном уровне открытости российской экономики российские компании, оставшись традиционными, утратят конкурентоспособность по сравнению с западными, даже на собственном рынке.

Система адаптации традиционного бизнеса к информационной среде называется электронной коммерцией. Формирование предпосылок использования электронной коммерции в России началось с середины 90-ых годов XX века. По данным поисковой системы Yandex к началу 2004 года объем русскоязычной информации составлял в Интернет 200 гбайт и надо сказать, что изначально русский сектор сети называли Рунет. Количество пользователей сети Интернет в России в 2005 году увеличилось по сравнению с 2004 годом на 19 % и составило 22 миллиона человек, об этом сообщил руководитель Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (Роспечать) Михаил Сеславинский, выступая на межотраслевой конференции «Средства массовой информации, книгоиздание, полиграфия. Итоги 2005 года и перспективы развития».

Так же им было отмечено, что в настоящее время в Рунете действуют более 180 тысяч сайтов, в том числе 19 тысяч образовательных и научных, что составляет 11 % от общего количества. Однако, темпы развития электронной коммерции в период 2001–2005 гг. были невысоки, ее развитие сдерживается тем, что нет четко отработанных финансовых механизмов адап-

тированных к российской действительности. Использование этой системы идет пока путем проб и ошибок, так как перенос чистых западных схем, в российскую практику, естественно, не даст должного результата. Кроме этого, остро встают вопросы безрискового проведения платежей через Интернет, использования новых методов ведения рекламы и возникают проблемы разработки новых систем управления денежными потоками компании.

Теория и практика финансового менеджмента в области виртуального бизнеса с учетом особенностей российской экономики является практически не разработанной и новой отраслью научного знания. Существенные изменения в среде бизнеса требуют новых взглядов на организацию, новых принципов ее построения и новых подходов к управлению. Не достаточными оказываются системы управленческой информации на базе традиционных финансовых данных, представляющие организацию крайне упрощенно и одномерно. Для управления современной организацией необходимы данные о нематериальных активах, механизмы по формированию их структуры, по их оценке и контролю над ними, а также, методы управления организацией, позволяющие увязать стратегические цели организации с оперативными задачами, существующими бизнес-процессами и конкретными людьми внутри организации. Необходимо, объединить преимущества, как централизации, так и децентрализации в управлении организацией, а также поддерживать процесс непрерывного обучения высшего управленческого персонала компании, позволяя накапливать необходимый объем знаний в вопросах стратегического управления.

Внутри множества альтернативных концепций построения современных организаций представляют интерес два различных подхода к специализации. Первый строится на предположении, что организация должна функционировать с ориентацией на использование труда работников с многоплановой квалификацией общего профиля. Эти работники объединяются в процессные группы для решения разнородных по своему содержанию задач. Другой подход прямо противоположен — предполагается максимальная специализация каждого члена организации в области своих ключевых компетенций, построение глобальных альянсов и выстраивание партнерских связей с другими организациями для совместного решения сложных

задач. Этот подход присущ так называемым «сетевым» организациям и их разновидности — «виртуальным» организациям. Предпосылкой к их образованию является с одной стороны все то же движение современной информационной экономики к постепенному размыванию границ между предприятиями — ресурсы, такие как люди, знания и ноу-хау сами по себе также становятся элементами сети, а значит, вполне доступны для сетевых организаций. С другой стороны — направленность бизнеса на наиболее полное удовлетворение потребностей клиентов делает появление этих потребностей своеобразным импульсом для объединения необходимых ресурсов сети с целью организации процесса производства требуемых потребителю благ.

Так формируется временная сетевая организация, которая может восстанавливаться при каждом повторном появлении схожей потребности, находясь в постоянном поиске новых потребителей.

Для создания в России настоящего виртуального рынка товаров и услуг, на наш взгляд, необходимо соблюдение следующих требований:

- создание четкой правовой основы функционирования данного рынка, в частности, должны быть разработаны единые законы безопасности хранения и передачи данных, проведения платежей, электронной цифровой подписи;
- транзакции должны совершаться многократно и с большой частотой;
- товары и услуги, продвигаемые на рынке, должны быть легко формализуемы;
- система закупок желательна с использованием тендера удобного поиска.

На данном этапе, более всего к этим требованиям подходят торговля компьютерами, офисной техникой, программными продуктами, книгами, канцтоварами, предоставление рекламных, туристических услуг и по доставке, транспортировке грузов, так как данные товары и услуги могут быть оценены потребителем на расстоянии.

Всемирная торговая организация определяет, что электронная торговля относится к коммерческим сделкам, в которые вовлечены как организации, так и физические лица, при условии, что эти сделки связаны с передачей и обработкой цифровой информации, получаемой из открытых сетей или из закрытых, но которые имеют в них выход.

По мнению специалистов, электронная торговля товарами народного потребления является выгодной при условии, что пользователями Интернет являются до 12 % населения страны.

Движущей силой развития виртуальной торговли является в основном частный капитал, поэтому, для привлечения инвестиций в российские Интернет-проекты необходима государственная поддержка, чтобы сделать этот сектор экономики для потенциальных инвесторов привлекательнее.

Интерактивный бизнес включает все виды предпринимательской деятельности, но наиболее актуальными и динамично развивающимися, по являются [3]:

- спекулятивные операции на валютном и фондовом рынках;
- интерактивное инвестирование;
- предоставление страховых услуг;
- торговля офисной техникой, программным обеспечением, музыкальными и видео дисками, книгами и т. п.;
- продажа туристических услуг.

Адаптация хозяйствующих субъектов к новой реальности становится одной из основных задач. Это не значит, что интерактивный бизнес полностью заменит традиционный, скорее он даст возможность расширить границы и взаимоотношения во всех секторах экономики.

Для упрощения системы электронной коммерции необходима максимальная стандартизация предоставления информации о товарах и услугах, что поможет в создании универсальных мировых систем их поиска. Также огромное значение имеет такой технический момент, как скорость передачи данных по Интернет, особенно для отраслей мультимедиа [1].

Процессы информатизации уже активно идут на всех уровнях, многие мероприятия, направленные на развитие информационно-коммуникационных технологий, реализуются или планируются к реализации в рамках федеральных, региональных и ведомственных программ.

Федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002–2010 годы)» должна обеспечить формирование нормативной правовой базы в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), развитие информационной и телекоммуникационной инфраструктуры, сформировать условия для подключения к открытым информационным системам (в том числе посредством сети



Интернет), а также обеспечить эффективное взаимодействие органов государственной власти и органов местного самоуправления с гражданами и хозяйствующими субъектами на основе широкого внедрения ИКТ. В процессе выполнения Программы будут определяться общие направления развития ИКТ (основные принципы, стандарты и типовые решения по реализации различных проектов) как одного из основных направлений социально-экономического развития страны.

Появляется иллюзия, что организация е-коммерции — дело выгодное и не затруднительное. Однако в процессе применения этих систем неизбежно возникает ряд проблем, которые порой можно решить, только с помощью привлечения сторонних специалистов. Обозначим некоторые из данных проблем:

1. Для электронного магазина не надо арендовать помещение, но ему необходимо свое, «виртуальное здание» для размещения витрины с информацией о товарах и приема заказов, которое создается программистами, а им в свою очередь, требуется организовать рабочие места.

2. Для построения магазина надо выбрать конкретный метод, то есть заставить работать программное обеспечение, так как это необходимо в интересах вашего дела. Индустрии виртуальных магазинов у нас не исполнилось и десяти лет, поэтому в России нет пока стандартов в этой области. Есть же различные отечественные решения и менее распространенные зарубежные варианты. На рынке, на сегодняшний день, можно выделить следующие типы решений для создания Интернет-магазина: «коробочный продукт» — готовый Интернет-магазин, который можно купить у дилера программного обеспечения и просто проинсталлировать его; заказная разработка в Интернет-студии; решение от известного системного интегратора или участника рынка электронной коммерции; заказная разработка у программиста-одиночки.

В зависимости от поставленных целей, каждый решает самостоятельно по задачам и цене, какой софт больше подходит, основная проблема в том, что прежде, чем закупать какое-либо из программных обеспечений, надо четко представлять себе цели и задачи создания виртуального магазина.

1. Для того чтобы целевой потребитель узнал о существовании виртуального магазина, его необходимо правильно рекламировать в

Сети. Маркетинг в Интернет профессионально проведет рекламное интернет-агентство, если на предприятии нет специалистов по продвижению товаров и услуг в новой информационной среде. Одна из основных задач интернет-рекламы — превратить посетителей сайта в покупателей представленной на нем продукции. Так как покупатель в Интернете быстро найдет товар лучше по цене, сайт проще по навигации и условия, удобнее по схеме оплаты, то проблема в том, чтобы сайт интернет-магазина полностью отвечал запросам целевого посетителя и потенциального покупателя.

2. Электронная коммерция может оказаться по затратам невыгодной для небольшой фирмы или торгового предприятия, так как уровень затрат, в зависимости от выбранной стратегии построения и обслуживания Интернет-магазина, практически может ничем не отличаться от традиционных.

Привлекательность виртуальной торговли в том, что она не освоена настолько, насколько освоена человечеством обычная торговля. Глобальная сеть Интернет сделала электронную коммерцию доступной для фирм любого масштаба. Если раньше организация электронного обмена данными требовала заметных вложений в коммуникационную инфраструктуру и была по плечу лишь крупным компаниям, то использование Интернет позволяет сегодня вступить в ряды «виртуальных торговцев» и небольшим фирмам. Электронная витрина в World Wide Web дает любой компании возможность привлекать клиентов со всего мира. Таким образом, из выше изложенного можно сделать следующие выводы:

— в связи с появлением глобальных сетей, в частности, Интернет, и использованием новых технических возможностей для ведения бизнеса можно говорить о появлении новой экономики — виртуальной или Интернет-экономики;

— ведение финансово-хозяйственной деятельности в Интернет, дало развитие системе виртуального бизнеса, методом ведения которого является электронная коммерция;

— виртуальная торговля, является формой прямой реализации товаров через Сеть;

— один из вариантов организации виртуальной торговли — создание виртуального магазина;

— внедрение новых методов в ведение торговой деятельности для России актуально, с точки зрения поддержки и расширения, уже

существующего бизнеса, в отличие от западного пути развития;

— все построение виртуальной торговли должно быть направлено на поддержание максимальной лояльности потребителя;

— смена приоритетов и возникновение нового «цифрового» пространства привели к ориентированности торговых компаний на интеграцию и «модульное» взаимодействие с поставщиками и производителями товаров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации. Принципы и практика в эпоху информации. СПб.: Питер, 2000. С. 384.

2. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. / Robert S. Kaplan, David P. Norton, Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. / The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. 2-е издание М.: «Олимп-Бизнес», 2007. С. 304.

3. Кобелев О. А. Электронная коммерция. Изд. 3-е перераб. М.: «Дашков и Ко», 2008. С. 684.

4. Мурашова С.В. Виртуальная торговля. Научное издание. СПб.: СПбТЭИ, 2007. С. 122.

Теселкин А.Ю.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

В докладе Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации об основных итогах деятельности в 2007 г. и задачах на 2008 г., размещенном на официальном сайте Правительства РФ, в разделе «Поддержка малого и среднего предпринимательства» перечислены наиболее важные меры, осуществленные за прошедший год. В первую очередь, это принятие Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ, обеспечившего создание необходимых правовых предпосылок для предоставления поддержки малым и средним предприятиям органами государственной власти и местного самоуправления [1]. Между тем, в контексте постоянных обращений Президента и Прави-

тельства РФ к проблемам малого бизнеса практически не упоминается предпринимательство в сфере интернет-торговли. В то же время, в последние годы объем российского розничного рынка интернет-торговли стабильно растет в среднем на 40–50 %, но несмотря на положительную динамику российской электронной торговли, объем розничного товарооборота через Интернет в России пока составляет менее 1 % от общего розничного товарооборота. Для сравнения: в США эта цифра составляет в настоящее время около 15 % [3].

Прежде всего, проблема отставания российской интернет-торговли, на наш взгляд, заключается в разнице потребительских культур России и стран ЕС и США, для которых интернет-торговля стала естественным про-



должением торговли по каталогам, активно развивающейся с конца 40-х гг. прошлого века) [2]. В России же одной из ключевых проблем, сдерживающих в настоящее время развитие электронной коммерции, является «проблема доверия», что связано прежде всего с отсутствием у потенциальных покупателей полной и достоверной информации об онлайн-овых продавцах. Следствиями данной проблемы являются страх быть обманутым, страх перед возможным мошенничеством с платежными средствами или несанкционированным использованием информации персонального характера и др. По данным Центра анализа интернет-мошенничества (IFCC), чаще всего жертвами компьютерных жуликов становятся участники онлайн-овых аукционов — 43 % от всех случаев. Далее идут покупатели разного рода товаров и услуг — 20 % [3]. Во избежание обмана при оплате товаров пользователи, как правило, прибегают к услугам курьеров: в результате около 80 % российских электронных покупок оплачивается наличными при доставке товара на дом. Специфика интернет-торговли в России сводится к поддержке курьерской службы и сервисов инкассации, хотя никакого технологического отставания российских электронных магазинов от западных нет [2].

В целом, до сих пор вопросам правового регулирования и налогового учета деятельности интернет-магазинов в литературе и в нормативно-правовых актах уделялось очень мало внимания. Между тем, торговля через сеть Интернет имеет ряд практических особенностей:

- реализация товаров производится преимущественно физическим лицам;
- связь покупателя и продавца происходит без непосредственного, личного контакта с использованием различных средств связи;
- отсутствие у Интернет-магазина реальной торговой площадки;
- осуществление доставки товара покупателю.

Вышеуказанные особенности Интернет-торговли в большей части определяют правовые, финансовые и налоговые аспекты деятельности Интернет-магазинов, которые мы рассмотрим ниже.

Правовой аспект

Интернет-магазины реализуют товары посредством розничной купли-продажи, которая

регламентируется следующими нормативными правовыми актами: Гражданским кодексом Российской Федерации (ГК РФ), Законом РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», Правилами продажи отдельных видов товаров длительного пользования и иными нормативными правовыми актами.

Так, согласно ГК РФ, договор розничной купли-продажи товара по образцу считается исполненным либо с момента доставки товара в место, указанное в договоре, либо с момента доставки товара покупателю по месту жительства гражданина или месту нахождения юридического лица, если место передачи товара договором не определено. Однако на практике нередки случаи, когда покупатель при доставке ему товара отказывается от покупки этого товара по различным причинам на основании Закона РФ «О защите прав потребителей» № 2300-1 от 07.02.1992 (в редакции от 16.10.2006, № 160-ФЗ). В этом случае в соответствии с пунктом 3 статьи 497 ГК РФ Интернет-магазин имеет право взыскать с покупателя расходы по доставке, а также иные необходимые расходы, понесенные Интернет-магазином в связи с совершением действий по выполнению договора [6]. Однако, к сожалению, в данном случае достаточно сложно доказать в суде факт заказа товара в Интернет-магазине. Во избежание таких ситуаций автор рекомендует Интернет-магазинам в обязательном порядке требовать подтверждение заказа по телефону или электронной почте, а также вести статистику заказов и подтверждений.

Напомним, что на основании статьи 1 Закона РФ от 18 июня 1993 г. № 5215-1 «О применении контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением» денежные расчеты с населением при осуществлении торговых операций или оказании услуг на территории РФ производятся всеми предприятиями с обязательным применением контрольно-кассовых машин. То есть, Интернет-магазин обязан выдать покупателю кассовый чек при продаже товаров через сеть Интернет. Вместе с тем, на практике сделать это очень сложно, так как покупатель лично не вносит деньги в кассу Интернет-магазина — деньги он отдает курьеру (как уже упоминалось, 80 % клиентов интернет-торговли предпочитают оплату наличными при доставке на дом). Исходя из всего вышесказанного, автор рекомендует Интернет-магазинам осуществлять

денежные расчеты с покупателями следующим образом:

1) выдавать кассовый чек вместе с товаром курьеру, который, передав товар и кассовый чек покупателю, получает от него деньги и вносит их в кассу Интернет-магазина в конце рабочего дня. Этот способ не очень удобен на практике, так как в течение дня возникает недостача в кассе Интернет-магазина;

2) снабдить курьеров портативными кассовыми аппаратами, питающимися от батарей. Этот способ достаточно дорог, так как он включает в себя не только стоимость самих аппаратов, но и стоимость их регистрации в налоговых органах и ежегодного обслуживания в специальных центрах;

3) курьер получает от покупателя доверенность на покупку товара в Интернет-магазине и деньги. После этого он сразу же отдает товар, а затем по возвращении сдает деньги за товар в кассу Интернет-магазина. Этот способ очень прост, удобен и дешев — необходимо лишь подготовить и напечатать форму доверенности, которую будут заполнять на месте продажи курьеры и подписывать покупатели Интернет-магазина. При этом согласно статье 185 ГК РФ форма такой доверенности на покупку может быть простой письменной и не требует нотариального заверения [6].

Финансовый аспект

Что касается издержек, связанных с открытием интернет-магазина, то в настоящее время расценки выглядят следующим образом. Единовременные траты — регистрация, открытие банковского счёта, установка кассового аппарата — обходятся предпринимателям примерно в 1 тыс. долл. Затем следует разработка сайта, который включает электронную витрину, которую потребитель видит, заходя на страницу в интернете, и интерфейс для администрирования — программу управления магазином. Разброс цен на эту услугу велик: можно купить готовый «шаблонный» магазин за 500 долл., а можно заказать оригинальный — разработчики берут за это от 2 тыс. долл. Кроме того, готовый сайт нужно разместить в сети Интернет: наиболее дешёвый вариант — виртуальный хостинг (порядка 150 долл. в год), дорогой — покупка сервера (от 1300 долл.). То есть постоянные издержки составят 1800–5500 долл.

Ежемесячные траты для крупного магазина — аренда помещения с компьютерами, телефон-

ной и интернет-линией, офисной мебелью, а также заработная плата всему персоналу. Сюда же необходимо включить трату на первичную закупку товара для интернет-магазина. В среднем за месяц — 3–7 тыс. долл. (сумма колеблется в зависимости от района аренды, количества сотрудников, площади помещения, вида товаров).

Для маленьких магазинов структура ежемесячных трат другая. Они обходятся без аренды офиса и зала. Оплачивается только работа курьеров (от 400 долл. в месяц на одного человека), телефонная связь и обслуживание сайта, а товары с оптового склада можно выкупать после того, как на них поступил конкретный заказ.

Таким образом, для того, чтобы стартовать в интернет-бизнесе, необходимо иметь свободный капитал как минимум в 5–8 тыс. долл. [4]. Вопрос заключается в том, какая часть этих денежных потоков регистрируется и облагается налогом со стороны государства.

Российский микрофинансовый центр оценивает общую потребность малых компаний в банковском финансировании в 1 трлн руб, а в микрозаймах — в 240 млрд руб. Между тем, 46 % начинающих предпринимателей берет деньги в займы у родственников, еще 43 % — у друзей. Такие займы выгодно отличаются от банковских — иногда их можно не возвращать, еще чаще они остаются беспроцентными. Обычно кредит из неформальных источников относительно невелик — от 2 до 50 тыс. руб, что сопоставимо по размеру с микрокредитами. Суммарно неформальное инвестирование в малый бизнес в этом году достигло 200 млрд руб, что в четыре раза больше уровня 2006 г. Государственная поддержка малого предпринимательства в 2007 г. также возросла, но лишь до 3,8 млрд руб — объемы несопоставимы [5]. Следовательно, чтобы быть конкурентоспособным, микрокредитование для начинающегося бизнеса должно отвечать не столько требованию быстроты получения и необязательности залога, но и отличаться низкой ценой — задача, в обозримом будущем едва ли выполнимая: в целях борьбы с инфляцией ставка рефинансирования была повышена, что приведет к увеличению ставки процента по кредитам в коммерческих банках.

Другая задача государства заключается в снижении административных барьеров на бизнес. Как уже упоминалось выше, регистра-



ция, открытие банковского счёта и установка кассового аппарата обходятся предпринимателям примерно в 1 тыс. долл., а ежегодно в России открывается 50 тысяч новых компаний [5]. Нетрудно подсчитать, что на преодоление административных барьеров предприниматели тратят 50 млн. долл. или 1,25 млрд. рублей ежегодно.

Налоговый аспект

До недавнего времени продажи товаров через интернет, телемагазины и иные способы посылочной торговли по образцам и каталогам были приравнены к розничной торговле, а по действовавшему до 1 января 2008 г. законодательству предприятия розничной торговли, не имеющие торговых залов, должны были платить единый налог на вмененный доход (ЕНВД). Однако эксперты Министерства финансов России пришли к выводу, что всемирная компьютерная сеть Интернет не соответствует определениям объектов торговли, установленным государственным стандартом «Торговля. Термины и определения», а значит, налогоплательщики, получающие доходы от реализации товаров посредством компьютерной сети, не подлежат переводу на уплату ЕНВД [7]. На практике налогообложение интернет-магазинов — вопрос очень индивидуальный: далеко не все интернет-магазины платили ЕНВД — налоги зависят в первую очередь от величины организации, то есть крупные организации платят 24 % с прибыли, зато малые предприятия теперь могут применять упрощенную систему налогообложения, сущность которой заключается в том, что она заменяет уплату целого ряда налогов, устанавливаемых общим налоговым режимом, и оставляет за налогоплательщиками право выбора объекта налогообложения: либо доходы (выручка) по ставке 6 %, либо доходы, уменьшенные на величину расходов, (прибыль) по ставке 15 %.

Между тем, очевидно, что данный налоговый режим не является окончательным решением проблемы налогообложения интернет-торговли хотя бы потому, что данная сфера, как было отмечено в начале, все еще находится на стадии становления. Замедление бурного роста интернет-торговли будет означать завершение процесса формирования нового сектора в экономике, после чего регулирование налогообложения будет наиболее эффективным. Нечто подобное наблюдалось в США, где до 2001 года действовал так называемый Internet

Tax Freedom Act: он запрещал вводить федеральные налоги в сферу электронной торговли, что способствовало оформлению границ последней [8].

В России после того, как границы нового сектора будут очерчены, Правительство должно руководствоваться в своей политике принципом «нейтральности», то есть положения, дискриминирующие электронную торговлю, равно как и положения, ставящие под угрозу существование традиционных рынков, не должны вводиться.

Назовем основные идеи, на которых должно будет строиться государственное регулирование нового сектора экономики:

— Поощрение частной инициативы, отказ от активного вмешательства в рынок электронной торговли. Важную роль должно играть саморегулирование рынка.

— Разработка международного подхода к решению проблемы, так как ни одно отдельно взятое государство в силу обширности сети Интернет не в состоянии регулировать правовые и налоговые аспекты деятельности участников электронного рынка. В связи с этим необходима унификация международных нормативно-правовых актов, регулирующих эту область.

— Создание условий, в которых будет гарантирована предсказуемость правовых последствий действий юридических и физических лиц в новом информационном пространстве. Четкая политика, отсутствие произвола позволят привлечь инвестиции в новую сферу экономики.

— Защита прав на интеллектуальную собственность во всемирной сети. Все большее количество объектов интеллектуальной собственности продается через Интернет, с точки зрения ряда правоведов именно они должны стать основой нового сектора экономики.

Таким образом, несмотря на то, что электронная торговля в России сейчас находится только на стадии становления, государство уже сегодня должно позаботиться о правовом и фискальном регулировании этой сферы экономических отношений во избежание непоправимых последствий. К подобным можно отнести тотальную зарегулированность электронных сделок, а также перемещение вообще всей торговли в сеть Интернет, что может произойти при полной неурегулированности налогообложения в данной сфере и наличием выгодных условий для ведения бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. МЭРТ: итоги поддержки МБ в 2007 году [Электронный ресурс] / Российский деловой портал информационной поддержки предпринимательства Альянс Медиа. Режим доступа: <http://www.allmedia.ru> 09.01.08. Загл. с экрана.
2. Интернет-торговля в РФ выйдет на европейский уровень [Электронный ресурс] / Top.Rbc.Ru. Режим доступа: <http://www.top.rbc.ru> 26.12.2007. Загл. с экрана.
3. Электронная торговля в России: цифры и факты [Электронный ресурс] / Журнал «Курьер печати». Режим доступа: <http://www.agpp.ru> 28.08.2007. Загл. с экрана.
4. Во сколько обходится интернет-магазин [Электронный ресурс] / АиФ-Москва. Режим доступа: <http://www.aif.ru> 02.11.2007. Загл. с экрана.
5. Портрет «малого бизнесмена» России [Электронный ресурс] / ПРАЙМ-ТАСС. Режим доступа: <http://www.prime-tass.ru> 19.11.07. Загл. с экрана.
6. Худолеев В.В. Правовые, учетные и налоговые аспекты деятельности интернет-магазинов [Электронный ресурс] / В.В. Худолеев. Режим доступа: <http://www.dis.ru>. Загл. с экрана.
7. Интернет-магазины избавились от ГОСТа [Электронный ресурс] / Деловой Петербург. Режим доступа: <http://www.dp.ru> 31.01.2008. Загл. с экрана.
8. Невзоров И.В. Электронная коммерция в России: проблемы и перспективы правового регулирования [Электронный ресурс] / И.В. Невзоров. Режим доступа: <http://www.nevzorov.fromru.com>. Загл. с экрана.

Юдникова Е.С.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ В ТОРГОВЛЕ

Целью государственной политики в отношении конкуренции на рынке в сфере торговли должно быть обеспечение эффективного использования экономических ресурсов и защита интересов покупателей путем контроля над структурой рынка, рыночным поведением хозяйствующих субъектов (ХС).

В связи с этим политика в отношении конкуренции должна осуществляться в виде контроля процессами концентрации, недопущения монополизации рынка, монопольного положения путем слияний, поглощений, сговора между продавцами. Поэтому возникает необходимость государственного регулирования

рыночной структуры и рыночного поведения. Концентрация, увеличение масштабов деятельности за счет поглощений, слияний способны привести к повышению эффективности использования ресурсов, но как следствие этого процесса возможны рост власти отдельных крупных компаний, постепенная монополизация рынка и потеря позитивного влияния конкуренции на развитие отрасли.

Укрупнение предприятий в форме развития торговых сетей повышает уровень концентрации продавцов на розничном рынке, вызывает сокращение числа независимых предпринимателей малого, среднего бизнеса и вследствие



этого уменьшает эффективную конкуренцию и увеличивает контроль над рынком отдельными компаниями, возможность диктата в рыночной политике, в том числе в ценообразовании.

Мировой опыт регулирования рыночных процессов свидетельствует о возможности двух основных подходов к контролю над рыночной структурой и поведением рынка — дискреционным и недискреционным.

Дискреционный подход носит прагматический характер, допуская, что высокий уровень концентрации продавцов и определенные соглашения между фирмами могут приводить к повышению экономической эффективности, а не к ее снижению. Сущность дискреционного подхода заключается в том, что каждый случай монопольного роста необходимо оценить с позиции достоинств и недостатков, а не запрещать автоматически. Таким образом, дискреционный подход предполагает, что любые действия, соглашения, ограничивающие сферу свободной торговли, расцениваются в зависимости от их возможных выгод и потерь. Если потери выше, чем выгоды, тогда они запрещаются.

Недискреционный подход предполагает формулирование «приемлемых» стандартов рыночной структуры и поведения рынка и полном запрещении их нарушений. Обычно этот подход включает в себя:

1. установление максимально допустимой доли рынка (например, не более 20 % рынка) в целях ограничения концентрации продавцов и недопущения возникновения монополии. При этом запрещается любое слияние или поглощение, которое привело бы к увеличению рыночной доли объединённой группы производителей сверх допустимого предела;

2. полное запрещение всех форм «групповой монополии», включающих фиксирование цен, раздел рынка и т. д.;

3. полное запрещение деятельности, ведущей к ослаблению или уничтожению конкуренции, например исключительного дилерства, отказа в поставке и т. д.

Таким образом, недискреционный подход является попыткой сохранения условий действенной конкуренции путём прямого противостояния обладанию монопольной властью и её использованию.

Представляет интерес рассмотрение опыта экономически развитых стран в управлении процессами конкуренции. В США, в основном, применяется недискреционный подход, в

Великобритании используется дискреционный подход, в Европейском сообществе сочетаются два подхода.

В качестве примера рассмотрим политику в отношении конкуренции в Великобритании. Законодательство о конкуренции Великобритании представлено рядом законодательных актов: Законом о справедливой торговле 1973 г., Законом о концентрации 1980 г., Законами об ограничении торговой практике 1956, 1968, 1976 гг. и Законом о розничных ценах 1964, 1976 гг./1, с.398/.

В Законе о справедливой торговле, 1973 г. было расширено английское антимонопольное законодательство на основе введения контроля над монополиями, слияниями и поглощением, соглашения по ограничению торговли. В соответствии с этим актом был создан орган регулирования — Управление справедливой торговли, возглавляемое Генеральным директором. На это Управление были возложены функции надзора за всеми сторонами политики в отношении конкуренции, включая наблюдения за изменением структуры рынка и торговой практикой компаний, регистрацию соглашений по ограничению торговли, а также при необходимости передачу дел комиссии по монополиям, слияниям и суду по ограничительной торговой практике, для рассмотрения и вынесения решения.

Закон о конкуренции 1980 г. представил Управлению справедливой торговли более широкие полномочия по борьбе с такими ограничениями конкуренции, как справедливое дилерство, отказ в поставке, связанные продажи и т. п. Этот закон позволял бороться с такими нарушениями на индивидуальной и единовременной основе.

В соответствии с этими законами политика в отношении конкуренции в Великобритании применяется относительно:

- монополий. Монопольным положением признается ситуация, в которой одна фирма поставляет на рынок не менее одной четверти от общего предложения конкретного товара или услуги (монополия доминирующей фирмы) или когда две или более фирмы, поставляющие на рынок в сумме не менее 25 % от общего предложения конкретного товара или услуги, проводят политику ограничения конкуренции между ними (составная монополия).

- слияния и поглощения. Эти действия подпадают под действие закона в тех случаях,

когда создают или усиливают монопольное положение (определяемое по правилу 25 % доли рынка) или когда стоимость активов превышает 30 млн. ф. ст.

- соглашения по ограничению торговли. Стороны, заключающие такие соглашения по ценам на товары, обмену информацией, обязаны зарегистрировать их в Управлении добросовестной конкуренции.

- поддержание розничных цен. В целом в Великобритании соглашение производителей о розничных ценах на свою продукцию запрещено и могут приниматься меры против «подозрительных» попыток незаконно осуществить их поддержание.

- антиконкурентная практика. Она подпадает под действие закона, если будет доказано, что эти действия (исключительное дилерство, отказ в поставке, требование полного ассортимента и т. п.) чрезмерно ограничивают конкуренцию.

- защита потребителя. Их интересы защищаются принятием мер против нечестных методов торговли (ложное описание товаров, обвес, обмер и т. п.) и путем побуждения производителей следовать добровольному кодексу «хорошей» торговли.

Политика Европейского сообщества в отношении конкуренции распространяется по трем направлениям /1, с.400/:

- картели. В статьях Римского договора запрещены картельные соглашения и группы сговора между фирмами по поводу цен, объемов производства, технического развития и инвестиций, раздела рынка внутри Европейского Сообщества. Соглашения по совместным исследованиям, специализации производства и т. п. разрешены при условии не ограничения конкуренции и торговли между странами;

- монополии / доминирующие фирмы. По Римскому договору запрещается ограничение конкуренции и торговли внутри ЕС посредством злоупотребления монопольным положением в производстве какой — либо продукции. Виновные фирмы подвергаются штрафу в размере до 10 % их годового оборота.

- слияния / поглощения. Европейская Комиссия противодействует слиянию компаний с общим оборотом по всем странам мира свыше 5 млрд. экю, если при этом совокупный оборот этих фирм внутри ЕС более 250 млн. экю.

Антимонопольное законодательство действует во всех странах мира. В Российской Фе-

дерации с 1991 г. действует федеральный закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Антимонопольное законодательство направлено не на формальный запрет монополий, а на ограничение их деятельности, способствуя поддержанию конкуренции, особенно применительно к мелким и средним торговым предприятиям. В целом в Российской Федерации государство достаточно основательно регулирует деятельность хозяйствующих субъектов на рынке. Это проявляется в регламентации организационно-правовых форм коммерческих организаций, необходимости государственной регистрации, лицензировании отдельных видов предпринимательской деятельности, обязательной сертификации товаров услуг и т. п. В то же время, согласно результатам многих исследований, именно действия органов власти являются главным источником ограничения конкуренции, и нарушения прав хозяйствующих субъектов. Например, давно назрела модернизация законодательства о государственных закупках и государственной помощи с целью предотвращения их разрушительного воздействия на конкуренцию.

В связи с этим следует отметить своевременность принятия ФЗ РФ №135 от 26 июля 2006 «О защите конкуренции». В этом законе предлагаются существенные изменения правовой базы антимонопольной политики, включая понятийный аппарат, определение антиконкурентной практики, инструменты государственной поддержки конкуренции и систему санкций за нарушение законодательства на рынках.

В ФЗ под дискриминационными условиями понимаются условия доступа на товарный рынок, условия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи или иной передачи товаров, при которых ХС или несколько ХС поставлены в неравное условие по сравнению с другими ХС;

Заявляя в своих целях обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, защиту конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков, ФЗ меняет критерии определения доминирующего положения ХС на рынке. По закону доминирующим положением признается положение, дающее ХС возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товара на соот-



ветствующем товарном рынке, или устранять с этого рынка другие ХС или затруднять доступ на этот рынок другим ХС;

Доминирование на рынке не является нарушением антимонопольного законодательства, но определение этого понятия создает необходимые условия для оценки конкретной хозяйственной практики, и злоупотребление доминирующим положением уже рассматривается как нарушение закона.

Доминирующим признается положение ХС, занимающего на рынке определенного товара свыше 50 % или менее 50 %, если доминирующее положение такого ХС установлено антимонопольным органом исходя из неизменной или подтвержденной малозначительным изменением доли ХС на товарном рынке относительно размера долей других конкурентов. Не признается доминирующим положение ХС с долей определенного товара на рынке менее 35 %

Сравнивая критерии доминирования с принятыми в зарубежном законодательстве, прежде всего, европейских стран, необходимо отметить, что на уровне ЕС вообще не применяются количественные критерии доминирования. Доминирование связывается исключительно с «возможностью в одностороннем порядке влиять на параметры рынка».

В то же время ограничение доли до 50 % для ХС вполне обоснованно. В странах ЕС рыночная доля, превышающая 50 %, является достаточным основанием для возникновения гипотезы о доминировании. Разумным выглядит и отнесение к доминирующим субъектов естественных монополий, что соответствует условиям их функционирования и возможностям воздействовать на параметры рынков.

Гораздо более спорным выглядит введение в закон понятия «коллективное доминирование» как рынка, на котором действуют несколько крупных участников. Коллективным доминированием признается суммарная доля трех участников, превышающая 50 % или доля пяти участников, превышающая 70 %, при этом доля каждого из них должна быть больше долей других ХС на соответствующем товарном рынке. Если доля хотя бы одного ХС менее 8 %, это положение не применяется.

Конкурентная политика ЕС также использует доктрину коллективного доминирования, но основания для ее применения имеют гораздо более комплексный характер, нежели это предусматривает данный закон. Определение

совместного доминирования как структуры рынка, создающей стимулы к соглашениям и согласованным действиям, основано в западном законодательстве на учете не только абсолютного показателя концентрации, но и других параметров.

Среди них, в первую очередь, рассматриваются барьеры входа, частота взаимодействий и роль инноваций на рынке. Это связано с тем, что невозможно поддерживать соглашение о высоких ценах на рынке, где отсутствуют барьеры, постоянное рыночное взаимодействие компаний или высока степень рыночной инновации. Если рынок демонстрирует хотя бы одну из названных характеристик, можно сделать вывод о том, что соглашения и согласованные действия на рынке маловероятны. По нашему мнению, совокупность высоких барьеров входа, возможности постоянного взаимодействия компаний на рынке, низкой роли инновации должна рассматриваться как необходимое условие заключения и поддержания картельного соглашения и получить соответствующее отражение в отечественном законодательстве.

Важным шагом в направлении государственного регулирования рыночных процессов в торговле следует рассматривать и степень обоснованности определения понятий малое, среднее и крупное предприятие. Принятый 06.07.2007 г. ФЗ РФ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в зависимости от числа работников выделил микропредприятия с численностью работающих от 1–15, малое предприятие — 16–100 чел., средний бизнес 101–250 чел. Определение параметров для второго критерия — размера выручки от реализации товаров передано в ведение правительства РФ. По сравнению с ранее действовавшим ФЗ РФ №88 от 14.06.1995 г. «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации», границы малого бизнеса в торговле (в розничной — до 30 чел., в оптовой — до 50 чел.) значительно расширяются.

Изучение зарубежных практических разработок по этой проблеме позволило автору прийти к заключению, что приняты нормы, не учитывающие специфику российской торговли и приближенные по параметру числа работающих к американскому законодательству. Игнорирование рекомендаций Европейской комиссии, распространенных в 2001 году и устанавливающих единое определение малых,

средних, крупных организаций в странах ЕС (микрофирма до 9, малая — 10–49, средняя 50–250, крупная — от 250 чел.), представляется неоправданным.

Государственный контроль в торговле в России осуществляется органами Министерства экономического развития и торговли РФ (МЭРТ), Госкомитета РФ по стандартизации, метрологии и сертификации качества продукции, Государственного санитарно-эпидемиологического надзора РФ, Министерства РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства и другими органами государственного управления в пределах своей компетенции. По нашему мнению, ликвидация Министерства торговли и передача его функций МЭРТУ обусловили недоучет особенностей развития торгового рынка, появление многих деструктивных процессов в его развитии, замедление развития малого бизнеса и инноваций в торговом предпринимательстве. В крупнейших и крупных городах России наблюдается развитие процесса монополизма крупных торговых сетей, резкое сокращение доли малого предпринимательства. Так, в Санкт-Петербурге в 2007 г. удельный вес малого бизнеса в товарообороте розничной торговли снизился по сравнению с 2006 г. с 31 % до 19 % в результате ликвидации значительного числа пунктов мелкорозничной торговли. Политика местных властей зачастую проводится в интересах крупных торговых сетей, что возможно в условиях отсутствия специального законодательного государственного регулирования рыночных процессов в торговле. **Представляется, что государственное регулирование в отношении политики конкуренции,**

вмешательство в сферу торговли должно базироваться на следующих принципах.

Во-первых, потребности рынка определяют динамику и структуру развития материально-технической базы, мощностей в торговле, а вмешательство в деятельность и стратегию развития предпринимательских структур должно определяться нуждами покупателей и предполагать создание действенной конкуренции на основе равноправных условий для бизнеса независимо от масштабов деятельности.

Во-вторых, государственная политика должна быть нацелена на объединение усилий всех предпринимательских структур, представляющих на паритетной основе малый, средний и крупный бизнес. Вмешательство должно ограничить в разумных пределах процесс концентрации торгового рынка, оказывать содействие развитию связей между хозяйствующими организациями, кооперации и специализации, обмену знаниями и т. п.

В-третьих, целью государственной политики должно быть содействие укреплению способности к саморазвитию, выживанию и инновациям в частном предпринимательстве, прежде всего малом и среднем бизнесе, доля которого обеспечивает в ВВП развитых странах составляет до 60–80 %.

В России уровень политики в отношении конкуренции находится в стадии формирования, что проявляется в недостаточных возможностях малого и среднего бизнеса использовать внешние конкурентные преимущества в соперничестве не только с западными хозяйствующими субъектами, но и крупными отечественными сетями. Поэтому особое значение приобретает всесторонняя обоснованность принимаемых законодательных актов с учетом отраслевых особенностей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Словарь по экономике. Пер. с англ. под ред. П. А. Ватника. СПб.: Экономическая школа, 1998. С. 752.
2. Закон РСФСР №948-1 от 02.12.1991 г. «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».
3. ФЗ РФ №88 от 14.06.1995 г. «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации».
4. ФЗ РФ №135 от 26 июля 2006 «О защите конкуренции».
5. ФЗ РФ от 06.07.2007 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».



Косинова Е. А., Тарасенко Н. В.

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ СЕКТОРЕ (НА ПРИМЕРЕ КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД)

Особое место в системе территориально-хозяйственного комплекса России занимает рекреационная сфера. Современные рыночные условия предопределили предпринимательский подход к туристско-рекреационной деятельности. Курортный бизнес привлекает предпринимателей постоянным спросом на рекреационные услуги, быстрым сроком окупаемости инвестиций, высоким уровнем эффективности, прибыльности. Будучи трудоемким производством, рекреационная индустрия формирует привлекательную сферу приложения труда для соответствующих территорий, с учетом свойственного современной России высокого уровня безработицы. В этой связи особую актуальность приобретает анализ предпринимательского потенциала рекреационных организаций, позволяющий определить тенденции и перспективы развития в стране туристско-рекреационного бизнеса.

Целью научной работы являлось проведение исследований социально-экономических проблем развития предпринимательского потенциала туристско-рекреационного сектора и разработка рекомендаций по внедрению его результатов в теорию и практику курортной деятельности. В работе использовались следующие методы исследования: обобщение литературных данных и положений нормативно-правовых документов, метод экспертных оценок и социологического опроса, экономическо-статистический анализ и другие. Предметом исследования являются организационно-экономические отношения, складывающиеся в процессе туристско-рекреационной деятельности, а объектом исследования выступали предпринимательские структуры региона Кавказских Минеральных Вод (КМВ).

Особо-охраняемый эколого-курортный регион КМВ представляет собой уникальное территориальное образование, на котором сформировалась курортная агломерация, включающая 6 городов, из них 4 города-курорта федерального значения. Политико-эко-

номическая ситуация в стране создала условия для свободного развития на территории КМВ предпринимательства, основанного на использовании рекреационных ресурсов, расширении хозяйственной самостоятельности и повышении предпринимательской активности рекреационных предприятий. Становление предпринимательства в туристско-рекреационной сфере КМВ приходится на начало проведения рыночных реформ — 90-е годы XX века, а его развитие продолжается уже более 17 лет.

В этот период в стране была нестабильная ситуация, что отразилось и на динамике загрузки туристско-рекреационного комплекса. К 1991 году в регионе работало более 130 санаториев и пансионатов почти на 40 тысяч мест, действовали 10 курортных поликлиник, была сформирована широкая сеть диетических столовых и активно использовался частный сектор. Курортный регион принимал до 1 миллиона отдыхающих в год [1]. Однако с 1991 года и до середины 1998 года отмечался резкий спад потребления туристско-рекреационных услуг. На снижение количества рекреантов, посещающих регион в этот период, повлияли многие факторы. Прежде всего, это высокие цены на путевки, которые не соответствовали уровню жизни потенциальных рекреантов. Кроме того, ранее малоизвестные иностранные курорты привлекали россиян больше, чем отечественные, что привело к превышению выездного туризма над въездным. Например, в 1998 году выехали на отдых за границу 3,3 тыс. человек, а посетили Россию с целью туризма — лишь 2,9 тыс. человек [2]. Такая тенденция сохраняется и до настоящего времени.

Современный туристско-рекреационный комплекс КМВ включает три сектора: санаторно-курортный, туристско-гостиничный и частный. Динамика результатов его развития представлена в таблице 1.

Минувший 2007 год был наиболее успешным в работе санаторно-курортного сектора. Впервые за анализируемый период достигнут

самый высокий коэффициент загрузки 112,4 %, что свидетельствует о возрастающем спросе населения на санаторно-курортные услуги. Однако на протяжении нескольких лет остается низким коэффициент загрузки туристских и гостиничных предприятий, хотя за анализируемый период он увеличился в 1,4 раза и в 2007 году составил 52,3 %.

за 2003–2007 годы увеличилась в 2,3 раза, что составило более 54,7 тыс. человек. Это свидетельствует об оживлении деятельности частного сектора, и косвенно отражает негативные последствия ценовой политики гостиничного и крупного санаторно-курортного бизнеса. В условиях увеличения спроса на услуги курортов и обострения конкуренции среди секторов

Таблица 1

Показатели деятельности субъектов предпринимательства в туристско-рекреационном комплексе КМВ

Показатели	2003	2004	2005	2006	2007	2007 в % к 2003
1. Санаторно-курортный сектор:						
— количество здравниц, ед.	117	118	120	120	121	103
— в них койко-мест, тыс. ед.	34,3	34,8	32,3	33,8	33,8	99
— предоставлено услуг, тыс. чел.	354,3	367,4	438,8	460,9	484,4	137
— коэффициент загрузки, %	86,8	91,7	107,2	111,1	112,4	x
2. Туристско-гостиничный сектор:						
— количество туркомплексов, ед.	24	26	26	26	26	108
— в них койко-мест, тыс. ед.	3,1	3,2	3,2	2,7	3,1	100
— предоставлено услуг, тыс. чел.	106,5	106,4	110,9	108,9	132,8	125
— коэффициент загрузки, %	37,6	40,4	43,4	50,8	52,3	x
3. Частный сектор:						
— предоставлено услуг, тыс. чел.	24,2	44,8	56,9	55,5	54,7	226

Рост туристско-рекреационного сектора создает объективные условия для повышения его конкурентоспособности, которая с каждым годом становится заметнее. В регионе Кавминвод появляются новые предпринимательские структуры с повышенными стандартами обслуживания — например, гостинично-сервисный комплекс «Гранд-Отель», санаторий «Плаза», что заставляет старые санаторно-курортные объекты совершенствовать качество обслуживания, искать новые пути конкурентной борьбы. С целью повышения уровня комфортности во всех городах-курортах ведется активная работа по реконструкции и модернизации имеющейся материально-технической базы. Это сопровождается серьезными финансовыми проблемами и в настоящее время около 20 % рекреационных учреждений находится на консервации и в ремонте [3]. Курорты края выходят на более высокий современный уровень, стандарты обслуживания постоянно повышаются, но обостряется финансовая проблема их обеспечения.

Наибольший рост численности отдыхающих отмечается в частном секторе, где она

размещения, рост цен в гостиницах приводит к тому, что часть клиентов предпочитает менее комфортное, но более дешевое жилье. Одним из его вариантов является сдача квартир под ключ или комнат в частных домовладениях. К тому же приходится констатировать, что часть владельцев таких квартир действует нелегально, не регистрируясь в налоговых органах, тем самым, сдерживая рост налоговых поступлений и увеличивая сектор теневой экономики в регионе.

Проведенный анализ функционирования предпринимательства свидетельствует о том, что туристско-рекреационный сектор в регионе КМВ имеет тенденции к устойчивому развитию. В целях оценки состояния предпринимательства в туристско-рекреационном комплексе и разработки конкретных рекомендаций по его развитию нами было проведено обследование муниципальных образований региона. В качестве метода исследования было использовано анкетирование. Респондентами выступили руководители и специалисты здравниц, туристических комплексов, турфирм Кавминвод, а также представители администраций городов-курортов и общественности. В процессе опроса



было распространено и получено 100 анкет. Анкетой предусматривалось выявление потенциальных мнений о причинах, препятствующих устойчивому развитию предпринимательской деятельности рекреационных предприятий. Респондентам было предложено 22 фактора, ограничивающих развитие бизнеса, которые в анкете были сгруппированы в 5 блоков: экономические, организационные, финансовые, социальные и политические. Опрашиваемым предоставлялось 3 варианта ответов: положительно, отрицательно, воздерживаюсь. Наиболее значимые результаты обработанных анкет приведены в таблице 2.

научно-обоснованный подход к механизму развития предпринимательства и созданию соответствующих условий. Для этого предложен механизм обеспечения устойчивого развития предпринимательских структур в условиях ОЭЗ ТРТ (рисунок 1). В нем выделены внутренние и внешние составляющие. Внутренние рычаги механизма представляют собой совокупность систем, функционирующих на рекреационных предприятиях и призванных обеспечивать стабильное развитие за счет эффективного внутреннего управления и использования прогрессивных экономических и правовых регуляторов. Внешние составляющие механизма

Таблица 2

**Оценка основных факторов, ограничивающих устойчивое развитие
туристско-рекреационного комплекса КМВ**

Факторы	Варианты ответов в % от опрошенных		
	положительно	отрицательно	воздержалось
Дефицит финансовых средств	74	24	2
Высокая конкуренция на рынке услуг	68	31	1
Бюрократизм в органах власти	63	34	3
Слабые отношения между санаториями и турфирмами в направлении реализации путевок	47	46	7
Высокие цены на путевки, тарифы на транспортировку	44	56	0
Несоответствие инфраструктуры региона международному уровню	41	57	2
Низкая платежеспособность населения	40	54	6
Отсутствие фактической поддержки со стороны государства (ведомства)	40	57	3
Недостаточное финансирование или привлечение инвестиций	38	58	4
Отсутствие денежных средств на маркетинговые исследования, рекламу	36	63	1
Другие факторы	31	64	5

Исследования показали, что доминирующая часть опрошенных считают дефицит финансовых средств, высокую конкуренцию на рынке услуг, а также бюрократизм в органах власти — основными причинами, препятствующими устойчивому развитию предпринимательских структур в туристско-рекреационном бизнесе.

На основании проведенного статистико-экономического и экспертного исследования нами определены перспективы туристско-рекреационного сектора Кавминвод и сформулированы рекомендации по развитию предпринимательской деятельности в нем.

1. В связи с образованием на территории КВМ особой экономической зоны туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) необходим

- это система взаимодействий государственных, общественных и частных организаций по поддержке предпринимательской деятельности в особой экономической зоне. Его реализация позволит повысить эффективность использования туристско-рекреационных ресурсов, создаст благоприятный предпринимательский и инвестиционный климат.

2. В целях обеспечения устойчивого развития предпринимательства необходима действенная федеральная поддержка и четкая законодательная база. Государственная поддержка туристско-рекреационного бизнеса в регионе должна носить системный характер и включать меры, реализуемые на всех уровнях власти.

3. Переход к рынку обусловил активный самостоятельный поиск предпринимателями

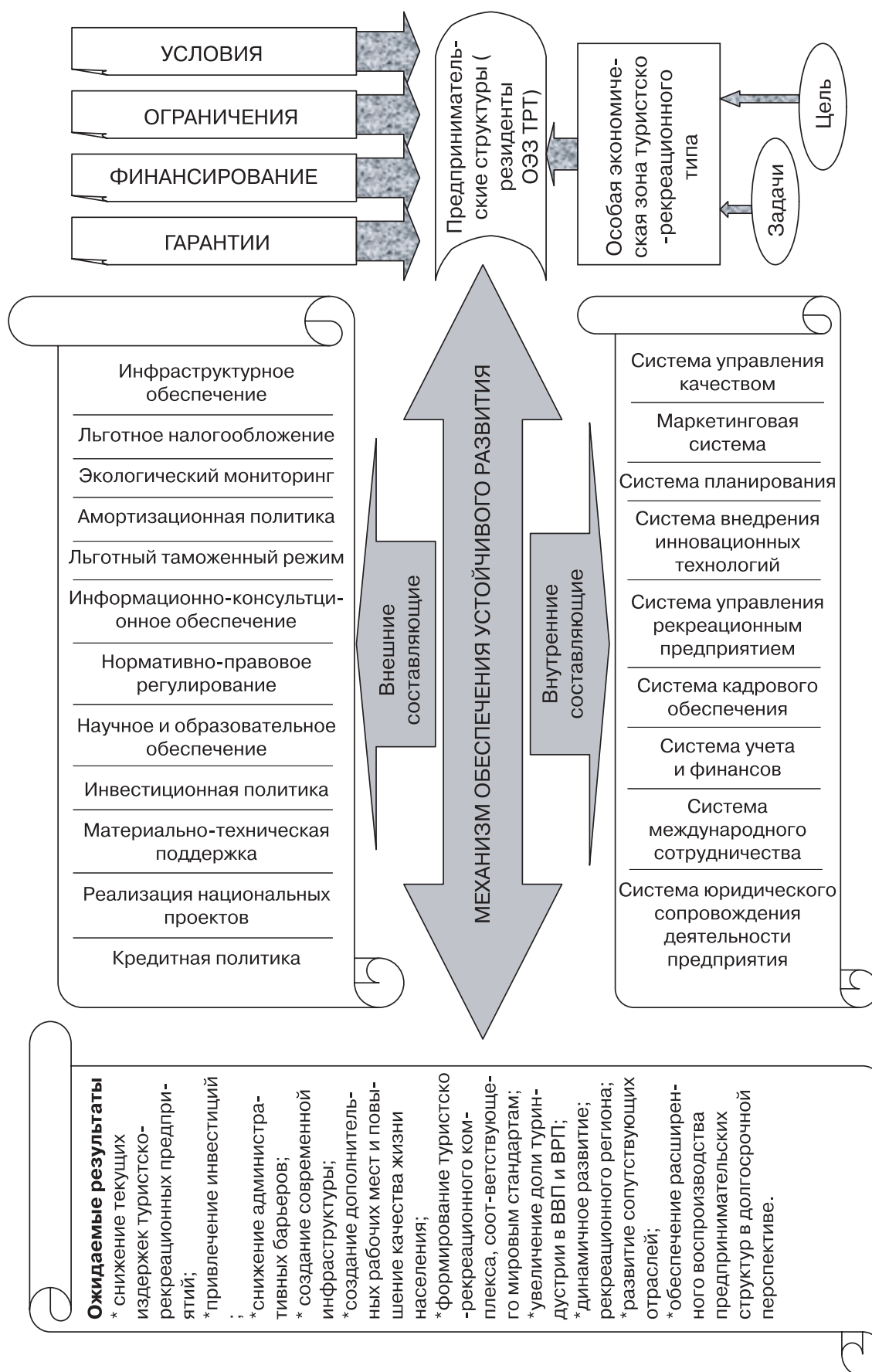


Рис. 1. Реализация механизма обеспечения устойчивого развития предпринимательских структур в условиях особой экономической зоны туристско-рекреационного типа



потребителей туристско-рекреационного продукта. При этом эффективность деятельности отдельных, особенно небольших, предпринимательских структур снижается за счет отсутствия взаимодействия с маркетинговыми организациями. Полагаем целесообразным создание на территории Кавминвод курортно-логистического центра, к функциям которого будут относиться: формирование оперативной информации о наличии мест размещения, ценах, услугах по всем санаториям, гостиницам, туристским комплексам, частному сектору региона; организация маркетинговых исследований и рекламных кампаний; подбор кадров соответствующей квалификации для туристско-рекреационного сектора; формирование инвестиционных проектов и другое. Финансирование центра возможно за счет отчислений предпринимательских структур и бюджетных источников. Наиболее выгодное месторасположение курортно-логистического центра — город Мин-Воды — транспортный узел региона. Создание такого центра позволит сократить время и затраты предприятий по поиску потребителей услуг, ускорит адаптацию субъектов предпринимательства к запросам личного потребления, к рыночному окружению и несовершенной конкуренции.

4. Разработка механизмов предоставления кредитов, в том числе льготных, на реализацию инвестиционных проектов в туристско-рекреационном бизнесе, а также механизмов

льготного налогообложения туристских предприятий, специализирующихся на внутреннем и въездном туризме.

5. В реализации региональной экономической политики развитие предпринимательства занимает главенствующее место. Следует всемерно способствовать развитию культуры предпринимательства. Необходимо улучшать условия для развития малого бизнеса посредством устранения административных барьеров, создания механизмов финансирования предприятий на ранних стадиях развития, консультационной поддержки и обучения предпринимателей, способствовать активному вовлечению населения в предпринимательскую деятельность, включая формирование положительного имиджа предпринимателя.

Таким образом, предпринимательство в туристско-рекреационном секторе Кавминвод развивается и становится перспективным направлением развития экономики всего Ставропольского края. Однако потенциальный вклад туристско-рекреационного комплекса в национальную и местную экономику остается небольшим с точки зрения числа приезда рекреантов и их приема, занятости и доходов, прибыли и государственных сборов. Преодоление выявленных трудностей позволит предпринимательской деятельности в сфере рекреаций вносить максимальный вклад в планомерный рост экономики Кавминвод и Ставропольского края в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Краснокутская, Л.И.** Управление курортами Кавминвод (1803–2003): страницы российской истории / Л.И. Краснокутская, В.И. Михайленко. Пятигорск: Вестник Кавказа, 2004. С. 260.

2. Туризм в России: Статистический сборник. М.: Госкомстат России, 2000. С. 164.

3. **Михайленко, В.И.** Кавказские Минеральные Воды: Хронология. 1803–2003/ В. И. Михайленко. Пятигорск: Вестник Кавказа, 2003. С. 400.

Костяев Р.А.

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ

В современных условиях постоянный мониторинг конкурентоспособности компании в целом и ее отдельных товаров и услуг в частности является весьма актуальной задачей в силу ужесточения конкурентной борьбы на российских и международных рынках.

Одним из инструментов такого мониторинга может выступать анализ посещаемости корпоративного сайта компании. В отличие от посетителей обычного офиса компании, о посетителях корпоративного сайта можно в автоматическом режиме собрать подробную информацию, которая в дальнейшем может быть использована для анализа реакции посетителей на те или иные действия компании, например на проводимые ей рекламные акции.

Наибольший практический интерес для последующего анализа конкурентоспособности представляет сбор следующей информации о посетителях:

1. Географическая принадлежность (регион), в котором находится посетитель.
2. Время визита.
3. Глубина просмотра сайта (сколько страниц просмотрено пользователем).
4. Маршрут движения посетителя по сайту (какие разделы посетил, информацию о каких товарах и услугах просматривал).
5. Повторяемость посещений (сколько раз за определенный промежуток времени каждый посетитель побывал на сайте).
6. Информация о покупках, совершенных посетителем через сайт.
7. Информация о том, с какого сайта посетитель перешел на сайт компании.
8. Информация о том, с какого рекламного носителя (баннер, текстовая ссылка, рекламная статья и т. п.) посетитель впервые перешел на сайт компании.

Инструментами для сбора указанной информации являются, прежде всего, специальные программы, установленные на сервере, на котором размещен сайт компании. Кроме того, могут быть использованы данные независимых сервисов интернет-статистики, таких как SpyLog, Рейтинг@mail.ru и др, а также

внутренняя информация компании о заказах, сделанных через интернет-сайт компании.

Кроме сбора информации о посетителях для анализа необходима информация о масштабах и результативности рекламных кампаний, проводимых компанией, и их эффективности. Речь идет о рекламных кампаниях, проводимых в тот же период, за который собирается статистика о посетителях сайта. К этой информации относится:

1. Объем и структура рекламы (на каких сайтах и в каком объеме размещена реклама: сколько показов рекламных носителей в сутки производится каждой рекламной площадкой или рекламной сетью).
2. Информация об аудитории рекламных площадок, на которых проводится рекламная кампания (доля в ней целевой аудитории рекламодателя).
3. Отклик от рекламы (количество визитов с каждой рекламной площадки и с каждого рекламного носителя на этой площадке на сайт компании).
4. Как ведут себя посетители, пришедшие с различных рекламных площадок, на сайте компании (глубина просмотра сайта, маршрут движение по сайту и т. д., см. выше).

Сопоставляя данные о рекламных кампаниях и данные о посещаемости и поведении посетителей на сайте компании можно провести анализ, позволяющий качественно и количественно оценить следующие параметры, характеризующие конкурентоспособность компании, ее товаров и услуг и ее рекламной политики:

1. Отношение потенциальных клиентов к рекламе товаров и услуг компании.
2. Оценка клиентами качества товаров и услуг, предлагаемых компаний.
3. Готовность клиентов делиться положительными и отрицательными впечатлениями о качестве и полезности товаров и услуг компании с другими потенциальными клиентами (потенциал вирусного маркетинга).
4. Степень и структура осведомленности потенциальных клиентов о товарах и услугах компании.

5. Восприятие потенциальными клиентами качества корпоративного сайта компании.

6. Адекватность объема и структуры рекламной кампании текущей рыночной ситуации.

Результаты такого анализа позволяют принимать управленческие решения, направленные на повышение конкурентоспособности компании и ее продукции посредством управления качеством, изменения объема и структуры рекламы, работы с аудиторией сайта компании, изменения структуры и качества сервиса.

Для проведения указанного анализа предлагается использовать модель поведения пользователей Интернета, приведенную ниже. Данная модель учитывает все основные возможные реакции пользователей Интернета на рекламу компании, качество ее товаров и услуг, размер целевой аудитории, влияние вирусного маркетинга, формирование устойчивых потребительских мнений о товарах и услугах компании и ряд других параметров.

1. Основные понятия и параметры

Посещаемость сайта — количество уникальных посетителей сайта компании в сутки;

Осведомленные пользователи — лица, имеющие доступ в Интернет и знающие о сайте компании. Осведомленные пользователи разделены на четыре группы: однократно осведомленные (имевшие один эффективный, т.е. запомненный ими рекламный контакт), хорошо осведомленные (два рекламных контакта), многократно осведомленные (три и более рекламных контактов). Четвертая группа — отчасти настроенная аудитория.

Целевые пользователи — лица, имеющие доступ в Интернет и заинтересованные (сейчас или в обозримом будущем) в приобретении товаров и услуг компании.

Рекламный контакт — однократная демонстрация пользователю рекламы (баннера, текстовой ссылки и т.п.) компании.

Повторный рекламный контакт — демонстрация рекламы компании осведомленному пользователю

Вирусный маркетинг — распространение информации о компании, ее товарах и услугах посредством передачи информации от осведомленных пользователей к неосведомленным посредством рекомендации, высказывания мнения, отношения или любым иным способом

2. Описание модели

Посещаемость сайта в текущие сутки определяется, с одной стороны, объемом рекламы в текущие сутки (с учетом ее эффективности) и, с другой стороны, количеством эффективных осведомленных пользователей на начало суток, некоторая доля которых (определяемая коэффициентом конверсии) посещает сайт компании в данные сутки. Кроме того, на нее влияет общее количество осведомленных пользователей, а точнее отношение этого количества к общему объему целевой аудитории).

$$V_n = K_o \cdot Oe_n + CTR \cdot R_n \cdot (1 - O_n/T),$$

$$O_n = Oe_n + Tb_n,$$

где O_n — общее количество осведомленных пользователей на начало суток с номером n ;

V_n — посещаемость сайта компании заинтересованными посетителями за сутки с номером n . Учитываются только уникальные заинтересованные посетители (не учитываются повторные визиты на сайт в течение суток и случайные визиты, т. е. визиты с посещением только главной страницы сайта без перехода к его разделам);

K_o — коэффициент конверсии эффективных осведомленных пользователей в посетителей (доли единицы);

CTR — отклик от рекламы (непосредственные неслучайные переходы на сайт по баннерам, рекламным ссылкам и т. п.). Доли единицы;

R_n — количество уникальных (без учета повторений с тем же пользователем) рекламных контактов в сутки с номером n (шт.);

Oe_n — эффективные осведомленные пользователи. Количество осведомленных пользователей, положительно или нейтрально настроенных по отношению к компании, ее товарам и услугам на начало суток с номером n ;

Tb_n — количество целевых пользователей, у которых в силу любых обстоятельств сложилось отрицательное отношение к товарам или услугам компании или к самой компании, или пользователи, по любым причинам надолго потерявшие интерес к товарам и услугам компании.

Общее количество целевых клиентов, осведомленных о компании, ее товарах и услугах складывается из эффективных осведомленных пользователей и осведомленных пользователей с отрицательным мнением.

Общее количество эффективных осведомленных пользователей складывается из однократно осведомленных, хорошо осведомленных и многократно осведомленных пользователей. Это положение введено в модель для учета того факта, что повторное осведомление целевого клиента приводит к закреплению в его памяти рекламной информации, что дает эффект более долгого сохранения осведомленности данного клиента о компании, ее товарах и услугах, чем в случае однократного осведомления.

$$Oe_n = O1e_n + O2e_n + O3e_n$$

Значения $O1e$, $O2e$ и $O3e$ в каждые следующие сутки (с номером $n+1$) определяются значениями этих параметров на конец текущих суток (с номером n) и изменениями этих параметров, произошедшими за сутки с номером $n+1$. Указанные изменения происходят за счет:

- забывания частью осведомленных пользователей информации о имевшем место рекламном контакте. При этом однократно осведомленный пользователь переходит в категорию неосведомленного; хорошо (дважды) осведомленный в категорию однократно осведомленного; многократно осведомленный в категорию хорошо осведомленного. Доля пользователей, забывающих в течение данных суток о рекламном контакте, определяется коэффициентом забывания;

- положительного и негативного вирусного маркетинга;

- рекламных усилий компании;

- прочих факторов, для учета которых введен специальный коэффициент прочих потерь;

- возврата части негативно настроенных целевых пользователей Интернета в категорию неосведомленных пользователей.

При этом учитывается степень осведомленности целевой аудитории о сайте, товарах и услугах компании. Чем выше доля осведомленных пользователей в общем количестве целевых пользователей, тем больше вероятность того, что рекламные контакты и вирусный маркетинг будет воздействовать на уже осведомленных и сформировавших свое мнение о компании пользователей Интернета.

Количество однократно осведомленных пользователей в день с номером $n+1$ определяется по формуле:

$$O1e_{n+1} = O1e_n - Kf \cdot O1e_n + Kf \cdot O2e_n + Kv \cdot Oe_n \cdot (1 - O_n/T) + Kr \cdot R_{n+1} \cdot (1 - O_n/T) - Kx \cdot$$

$$\cdot O1e_n - Kv_{neg} \cdot Tb_n \cdot (1 - Tb_n/T) \cdot (O1e_n/T) - Kr \cdot R_{n+1} \cdot (O1e_n/T) - Kv \cdot Oe_n \cdot (O1e_n/T)$$

Количество осведомленных пользователей определяется следующим образом:

$$O2e_{n+1} = O2e_n - Kf \cdot O2e_n + Kf \cdot (O3e_n - Kr \cdot R_{n+1} \cdot (O3e_n/T)) + Kv \cdot Oe_n \cdot (O1e_n/T) + Kr \cdot R_{n+1} \cdot (O1e_n/T) - Kx \cdot O2e_n - Kv_{neg} \cdot Tb_n \cdot (O2e_n/T) - Kr \cdot R_{n+1} \cdot (O2e_n/T) - Kv \cdot Oe_n \cdot (O2e_n/T)$$

Количество многократно осведомленных пользователей рассчитывается по формуле:

$$O3_{n+1} = O3e_n - Kf \cdot (O3e_n - Kr \cdot R_{n+1} \cdot (O3e_n/T)) + Kv \cdot Oe_n \cdot (O2e_n/T) + Kr \cdot R_{n+1} \cdot (O2e_n/T) - Kx \cdot O3e_n - Kv_{neg} \cdot Tb_n \cdot (O3e_n/T)$$

Ограничение: в последней формуле выражение $(O3e_n - Kr \cdot R_{n+1} \cdot (O3e_n/T))$ должно всегда быть ≥ 0 . Если оно меньше нуля, принимается 0.

$$Tb_{n+1} = Tb_n - Kfb \cdot Tb_n + Kx \cdot Oe_n + Kv_{neg} \cdot Tb_n \cdot (1 - Tb_n/T) + Kr_{neg} \cdot R_{n+1} \cdot (1 - O_n/T),$$

где Kf — коэффициент забывания (доля пользователей от общего числа осведомленных пользователей, забывающая о рекламном контакте в течение текущих суток);

Kv — коэффициент вирусного маркетинга (количество целевых пользователей, в долях от общего количества осведомленных пользователей, получающая информацию о товарах и услугах компании от осведомленных пользователей в течение текущих суток);

Kr — коэффициент рекламного отклика (доля рекламных контактов, оказавшихся эффективными, т. е. запомненными пользователями, и положительными, т. е. не вызвавшими негативной реакции пользователя);

Kr_{neg} — коэффициент негативного рекламного отклика (доля рекламных контактов, оказавшихся эффективными, т. е. запомненными пользователями, но вызвавших негативную реакцию пользователя);

Kx — коэффициент прочих потерь: доля пользователей от текущего значения Oe , переходящих в течение суток в категорию Tb по причинам получения личного негативного опыта взаимодействия с компанией или по причинам долгосрочного удовлетворения потребностей, связанных с товарами и услугами компании;



T — общее количество пользователей сети Интернет, являющихся целевыми для компании;

Kfb — коэффициент возврата потерянных пользователей (доля пользователей от текущего значения Tb , по любым причинам восстанавливающих нейтральное отношение к товарам и услугам компании, в течение текущих суток);

$Kvneg$ — коэффициент негативного вирусного маркетинга (количество целевых пользователей, в долях от общего количества негативно настроенных пользователей, получающая негативную информацию о товарах и услугах компании от негативно настроенных осведомленных пользователей в течение суток).

Коэффициент вирусного маркетинга зависит, прежде всего, от качества предоставляемой услуги, товара или сервиса. В некоторых случаях, когда качество предоставляемой компанией услуги зависит от числа пользователей сервиса (например, интернет-биржа, интернет-аукцион, электронная доска объявлений, сервисы общения по интересам, интернет-форумы и др.) имеет место зависимость коэффициента вирусного маркетинга от Oe_n . В простейшем случае она является линейной:

$$Kv = A + B \cdot Oe_n,$$

где A и B — константы.

В самом общем случае все коэффициенты и константы, входящие в модель, можно определить экспериментально методом нелинейной регрессии, следующим образом:

1. Проводится рекламная кампания в сети Интернет и анализируется период продолжительностью N суток, полностью включающий в себя период проведения рекламной кампании. При этом собираются указанные выше исходные данные. В результате их первичной обработки составляется таблица исходных данных следующего вида (таблица 1).

Таблица 1

Исходные данные для определения коэффициентов модели

Номер суток (n)	Количество рекламных контактов (R_n)	Посещаемость (уникальные посетители), $V_{n \text{ эксп}}$
1	R_1	$V_{1 \text{ эксп}}$
2	R_2	$V_{2 \text{ эксп}}$
....		
N	R_N	$V_{N \text{ эксп}}$

2. Коэффициенты и константы, при подстановке которых в модель она с наименьшим отклонением воспроизводит экспериментальные данные, определяются посредством применения методов нелинейной оптимизации, при помощи которых находится минимум суммы абсолютных отклонений расчетных величин V_n от экспериментальных:

$$\sum |V_{n \text{ эксп}} - V_{n \text{ расч}}| \rightarrow \min,$$

где $V_{n \text{ эксп}}$ — экспериментальные данные;

$V_{n \text{ расч}}$ — расчетные данные, полученные посредством подстановки исходных данных в уравнения модели с применением соответствующих коэффициентов и констант.

Суммируются значения для всех n от 1 до N .

Во многих случаях, встречающихся в практике, возможно существенно упростить модель. Например, в случае первой рекламной кампании при выводе на рынок нового товара, услуги или интернет-сервиса, начальные значения величин $O1e$, $O2e$, $O3e$, Tb равны нулю.

В случае проведения рекламной кампании исключительно в сети Интернет, коэффициент Kr можно считать равным коэффициенту CTR . При этом Коэффициент CTR определяется не методом нелинейной регрессии, а рассчитывается до ее применения, как отношение количества уникальных визитов по рекламным носителям к количеству рекламных контактов.

Константу T (общий объем целевой аудитории в сети Интернет) можно достаточно точно оценить, используя публичные статистические данные.

Используя анкетирование и опросы посетителей, фокус-группы и иные методы исследования рынка, можно получить оценочные значения коэффициентов вирусного маркетинга, коэффициента $Krneg$ и, в некоторых случаях, коэффициента Kx .

При помощи сформулированной выше модели были проведены расчеты, иллюстрирующие влияние различных факторов на динамику посещаемости сайта и структуру осведомленности потребителей об услугах компании, предоставляемых на ее сайте в сети Интернет. При этом в качестве базовых использовались коэффициенты и константы, близкие к средним значениям, полученным при практическом анализе результатов рекламных кампаний в сети Интернет ряда интернет-сайтов о недвижимости и сайтов туристического направления.

Ниже в качестве иллюстрации возможностей предложенной модели приведен расчет динамики роста осведомленности потребителей и посещаемости сайта компании при учете всех перечисленных выше факторов. Данный расчет проведен для прогноза продвижения новой хорошо дифференцированной (трудно копируемой конкурентами) услуги, воспринимаемое потребителями качество которой зависит от количества потребителей, уже воспользовавшихся ей, т.е. от ее популярности. В таблице 2 приведены исходные данные, использованные в расчете. Интенсивность рекламной кампании составляет 400 тысяч рекламных контактов в сутки, общий объем целевой аудитории (T) 100 тысяч человек и продолжительности рекламной кампании (N) 100 суток.

Таблица 2

Исходные данные для расчета

Коэффициент	Значение
K_o	0,05
CTR	0,001
K_f	0,005
K_v	$0,000002 \cdot Oe_n$
K_r	0,001
K_{rneg}	0,0001
K_x	0,001
K_{fb}	0,0005
K_{vneg}	0,001

В данном случае воспринимаемое клиентами качество услуги увеличивается вместе с ростом количества ее потребителей (например, формируется сообщество людей со сходными интересами, основной ценностью для которых является общение с единомышленниками в определенной обстановке или месте, готовых платить за участие в таком общении тем больше, чем больше число людей, вовлеченных в него). При этом коэффициент вирусного маркетинга пропорционален эффективной осведомленности потребителей о сайте компании и ее услуге. При низкой эффективной осведомленности K_v близок к нулю, а при высокой он может принимать значения, позволяющие компании почти не осуществлять рекламную поддержку услуги. На рис. 1 и 2 приведены динамика посещаемости сайта компании и динамика эффективной осведомленности.

Для этого случая характерно наличие длительного “инкубационного периода” при выводе услуги на рынок. Для достижения конкурентоспособности необходимо создать определенную численность потребителей, иначе услуга или сервис не интересны вновь приходящим клиентам. Поэтому необходимы существенные рекламные вложения на начальном этапе развития услуги, зато потом, когда достаточная аудитория сформирована, сервис поддерживает сам себя за счет вирусного маркетинга.

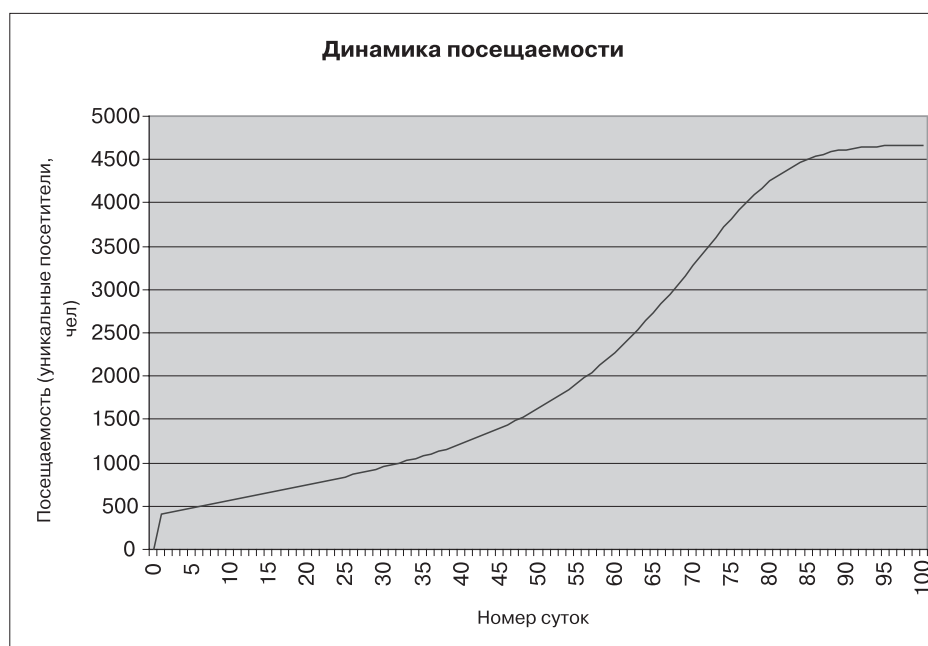


Рис.1. Динамика посещаемости

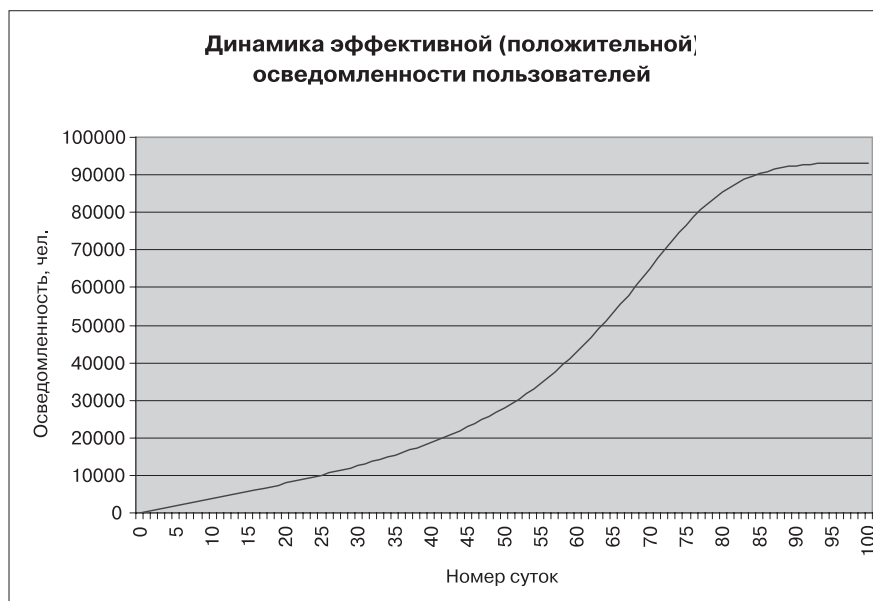


Рис.2. Динамика эффективной осведомленности

Приведенный выше расчет является одним из частных случаев, иллюстрирующих возможности модели. На практике модель дает возможность с помощью анализа кривых посещаемости сайта (или его раздела, посвященного товару или услуге) судить о восприятии компании и ее услуг клиентами. Это достигается с помощью оценки степени влияния различных параметров модели на форму кривых посещаемости.

Таким образом, анализируя вид кривых посещаемости, можно на ранних стадиях выявить потенциальные конкурентные риски, сделать выводы о причинах проблем с конкурентоспособностью и потенциальных возможностях ее улучшения, определить направления для приложения усилий компании, нацеленных на организацию эффективной конкурентной борьбы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Философова Т.Г., Быков В.А.** Конкуренция и конкурентоспособность. М: ЮНИТИ - ДАНА, 2007.
2. **Попков В.П., Маркитантов И.Б.** Методы и модели создания конкурентоспособной продукции. СПб.: Издательство "Нестор", 2004.

Косенко С.Г.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИХ ТОВАРОВ

На современном этапе примерно 30 % российского рынка ПКП контролируется такими известными транснациональными компаниями, как: Procter & Gamble, L'Oreal, Beiersdorf AG, Unilever Group, Oriflame International SA и др., которые по 3–5 % в год завоёвывают косметический рынок, занимая на нем позиции как заказчиков продукции на контрактном производстве, так и ритейлеров [1].

Об определенной конкурентоспособности российских компаний по отношению к западным можно утверждать, только имея в виду сегмент косметики. Потребление отечественной парфюмерии пока еще находится на недостаточном уровне. В России — в полном соответствии с мировой модой — преобладает доля французской парфюмерии, которая в общем объеме продаж составляет около 90 %. По данным компании КОМКОН, оценка общего объема российского парфюмерного рынка затруднена из-за присутствия весомой доли так называемых «левых» производителей и «серых» импортеров [2].

На современном этапе исследуемый рынок находится в фазе стабилизации и высокой конкуренции отечественных компаний с опытными иностранными производителями. Большинству российских парфюмерно-косметических компаний, за исключением таких крупных игроков рынка, как «Калина», Фаберлик, «Невская косметика», не хватает качества производства, передовых маркетинговых технологий, четкого позиционирования на рынке. Перечисленные крупные отечественные производители отстают от транснациональных гигантов в плане знаменитости брэндов и размеров бюджетов.

В создавшихся условиях отечественным производителям, не имеющим широких возможностей создавать новые технологии, следует находить перспективные ниши с невысокой стоимостью продвижения товара. Другая сложность состоит в отсутствии высококачественного отечественного сырья, и российские производители ориентированы на 80 %-ное использование импортного сырья.

Специалисты рынка считают, что перспективными сегментами и нишами, требующими минимальных затрат при наличии высокого потребительского спроса и пока не освоенными западными участниками, являются, например, театральная грим или грим для спортивных болельщиков. Так, компания «Театральная косметика» оценивает создание нового продукта в сумму около \$50 тыс., а предполагаемый объем продаж грима через три года составит в 5–6 раз больше [3].

Другим направлением развития отечественных косметических компаний является предоставление собственных мощностей для контрактного производства. Такое сотрудничество выгодно как зарубежным компаниям с точки зрения снижения издержек импорта готовой продукции в Россию, так и торговым сетям и дистрибуторам. Пионером в освоении данного направления является аптечная сеть «36,6».

Перспективной тенденцией, выгодно отличающей российских игроков рынка, является использование концепции натуральности в продвижении своей продукции. Идея преемственности прошлого и настоящего, соединения современных технологий со старинными рецептами, традиционно пользующаяся доверием российского потребителя, активно внедряется российскими компаниями, в частности, такими, как: «Первое решение» (брэнд «Рецепты Бабушки Агафьи»), «Красная Линия» (брэнд «Особая серия»). По данным ЭМГ «Старая Крепость», на эти продукты приходится 60 % объема продаж в сегменте средств по уходу за кожей. Позиционирование и таких успешных отечественных линий косметических средств, как «Чистая Линия», «Русское поле», «Народные промыслы», основывается именно на идее использования натуральных ингредиентов, в числе которых экстракты мать-и-мачехи, смородины, пшеницы и др.

Хотя следует отметить, что производство натуральных компонентов на самом деле является достаточно сложной, требующей



привлечения инвестиций, задачей, что противоречит позиционированию продукции в эконом-сегменте.

Тем не менее, отечественные компании, активно работающие над качеством товара в нише натуральной, органической косметики, имеют все шансы отстоять свою долю на рынке.

Среди путей повышения конкурентоспособности российских компаний на рынке ПКП рассмотрим нишевой, инновационный и брендинговый.

1. Освоение узких рыночных ниш является наименее затратным направлением. Для предпринимателей, прорабатывающих ниши, этот путь, по всей видимости, является достаточно привлекательным, способствующим минимизации конкуренции в отдельном сегменте, возможности стать лидером в этой области. Освоение ниш требует небольших маркетинговых бюджетов и предполагает использование таких прогрессивных способов связи с потребителем, как клубные промо-акции. Предприниматель вправе рассчитывать на лояльность нишевого потребителя, готового платить больше за специализированную продукцию. Наценка на нишевую продукцию в 2–5 раз выше аналогичной в массовых сегментах рынка, а чистая прибыль брэнда, занимающего 1 % нишевого сегмента, превышает чистую прибыль массового брэнда с долей рынка в 30 %.

Освоение ниш, безусловно, сопряжено с постоянной и кропотливой работой с потенциальными клиентами в целях сохранения и развития их лояльности.

Под *территориальным* вариантом описываемого направления понимается ограничение потребления продукции локальной косметической компании определенным регионом (замкнутой территорией), что минимизирует инвестиции в маркетинг и дистрибуцию. К положительным сторонам территориального варианта также относятся: более низкий (по сравнению со страновым) уровень конкуренции; быстрое продвижение брэнда; хорошее знание производителем региональных рыночных особенностей вообще и потребителей в частности. Эти факторы позволяют компании опередить в своем регионе по доле рынка как отечественные, так и зарубежные брэнды. Стратегия освоения территориальных ниш выводит компании за пределы масс-маркета и приближает к продуктам с более высокой добавленной стоимостью.

В связи с тем, что в сегменте мидлл-маркета наблюдается наиболее высокая конкуренция, российские предприниматели отдают приоритет нишам с менее жестким соперничеством.

Некоторые отечественные фирмы — «Мирра-М», «Новая заря», «Народные промыслы» — взяли ориентир на высокоценовой сегмент, в частности, занявшись расширением линейки ароматов премиальными коллекциями, изготовлением мыла ручной работы и пр.

Иностранные компании хуже знают российского потребителя, поскольку производят, в большинстве, одни и те же брэнды для целого ряда стран. Поэтому дорогая косметика у них ориентирована, как правило, на возрастную аудиторию 30–40 лет. Производство и продажа дорогой косметики для более молодой аудитории — одна из ниш. Например, «Гамма косметик» начала продажи премиального косметического брэнда FleXtreme Divage. Аналогичной стратегии придерживались в компании «Новая заря Nouvelle Etoile», когда решили освежить линейку брэндов дорогими ароматами для аудитории от 25 лет и выше. По мнению экспертов, за счет выпуска более дорогой линейки продукции компания может повысить в целом ценность марки в глазах потребителей.

Нишевые брэнды, как правило, имеют сразу несколько отличительных особенностей, они запускаются либо в неизвестных до сих пор рынку сегментах, либо в давно забытых. Так, Dekaroline выпускает термальную косметику низкоценового сегмента (от 200 руб.) и питьевую косметику. Активно ищут новые товарные категории и другие производители, в прошлом году сразу несколько компаний начали производить косметику для курильщиков, футбольных болельщиков, средства для защиты от холода.

Перспективной нишей специалисты считают также сегмент интимной гигиены, в русле которого уже активно работает, например, «Красная линия». По некоторым прогнозам, в ближайшие несколько лет российский рынок интимной косметики будет расти на 5–6 % в год. Следует отметить, что это один из наиболее динамичных сегментов во всем мире: мировой рынок оценивается экспертами в \$430 млн., ежегодный прирост составляет 9 % [4].

Другая, заслуживающая внимания, ниша, в которой практически отсутствует конкуренция — это одноразовые косметические тканевые маски для лица. В настоящее время

аналогичная продукция представлена только в косметических салонах и аптеках. В частности, крупный дистрибутор косметики «Градиент», оценивший объем данного сегмента в России в \$1 млн., для продажи этой узкоспециализированной продукции запустил собственную торговую марку Persona Incognita. Изучение позитивного зарубежного опыта позволяет отнести данное направление к перспективным, с учетом, например, такого факта, что на маски для лица приходится до 8 % мирового рынка средств по уходу за кожей. Однако, продвижение нового бренда обойдется компании в \$300–500 тыс. [5].

Выбор предпринимательской стратегии и тактики перестроения должен быть основан на экономической оценке внутренних ресурсов и предпринимательской среды. Постепенный переход на другую стратегию будет способствовать минимизации трудностей и, соответственно, максимизации будущего дохода. Современным предпринимательским подходом к высококонкурентному рынку является поиск новых сегментов или новых возможностей товара. Поэтому нишевое направление — это тренд не только отечественного, но и всего мирового рынка.

2. На современном этапе, на наш взгляд, для российских предпринимателей на рынке ПКП актуален так называемый **инновационный вариант развития**. Инновации являются неотъемлемой частью исследуемого рынка в силу специфики функциональности его объекта. Духи, кремы, шампуни и прочая продукция постоянно должны совершенствоваться в целях повышения их эстетических и полезных свойств, удовлетворения постоянно меняющихся потребностей потребителей. Вектор потребностей смещается в сторону узкого целевого решения конкретной проблемы. Лидеры

мирового косметического рынка в среднем за год тратят на закупку инновационных патентов 15–20 % от оборота [6].

В таблице 1 представлены основные этапы инновационного развития исследуемого рынка.

Первый этап для ряда российских производителей не закончен до сих пор. Следует справедливо заметить, что российские инновации пока не могут конкурировать с западными. Одним из путей на этом направлении является создание инноваций в результате новых комбинаций известных инновационных продуктов. Такая тенденция характерна для таких передовых российских компаний, такие как Фаберлик, Green Mama, Emansi. Отечественные производители обладают также потенциалом прежних советских научных достижений, что позволяет надеяться на появление новых собственных ниш на рынке ПКП. На втором этапе в настоящее время находятся разработки большинства мировых компаний, работающих в масс-маркете, лучших российских компаний, части зарубежных компаний, предлагающих люксовую косметику. Третий этап внедрения инноваций разрабатывается сейчас швейцарскими компаниями, большинством японских и наиболее развитыми французскими производителями. Ежегодно на парфюмерно-косметический рынок выводится порядка 40 тыс. новых продуктов, из которых 25 % составляют инновационные, а способных задать новую тенденцию — еще меньше. Именно последние и влияют на изменение предпочтений потребителя.

Инновационные продукты обладают рядом характерных признаков:

— научность, поскольку инновация — это не что иное, как научное открытие, созданное учеными в научной лаборатории, научно-

Таблица 1

Основные этапы внедрения инноваций при создании косметических текстур

I этап 1920–1950 гг.	II этап 1950–1980 гг.	III этап 1980 г. – настоящее время
Использование простых композиций — вазелин, эмульгатор, отдушка.	Совершенствование способов проникновения активного вещества в кожу. Использование многоступенчатых композиций — микроэмульсии, липосомы, перфторуглероды, кремнийорганические вещества, плацента.	Создание клеточной косметики. Использование композиций, содержащих фармакологические компоненты — белки-регуляторы, типа ДНК и РНК, которые, проникая в кожу, непосредственно встраиваются в метаболизм клетки.



исследовательском центре, либо институте и прошедшее клиническое испытание или тестирование;

— секретность, так как инновация — это запатентованная интеллектуальная собственность, интеллектуальный капитал, ноу-хау;

— срочность, означающая возможность другого научного открытия, которое может сократить жизнь данной инновации и ее актуальность. Считается что срок жизни инновационного продукта составляет примерно 1–4 года, однако при правильном подходе жизнь инновации можно продлить до 15 лет.

Инновации можно внедрять в состав продукта, улучшать его технологию, формат, упаковочный дизайн. Самым сложным является продвижение технологических и компонентных инноваций, так как это требует значительных инвестиционных объемов и сопряжено с высокой степенью риска. Производители расширяют использование в качестве ингредиентов ПКП благородных металлов, протеинов шелка, растительных добавки, минеральных солей, водорослей, термальной воды. В частности, компания Dermolifeur выпустила линию по уходу за кожей и волосами с экстрактом черной икры [7].

Технологические инновации призваны решать следующие основные задачи:

- 1) сохранение полезности компонентов при помощи новой технологии;
- 2) разработка новой формулы;
- 3) повышение эффективности средства.

Компонентность продукта может совершенствоваться такими способами как:

- использование высокотехнологичных новинок, сложных химических соединений;
- упор на натуральность сырья и компонентов, которые могут быть как растительного, так и животного происхождения.

При продвижении инноваций на основе растительных компонентов производители в зависимости от характера целевого потребителя используют два вида стратегий — новаторскую и традиционную. В первом случае внимание потребителя привлекается использованием экзотических, древних, редких растений (например, ройбос). Во втором — акцент делается на широко известные, вызывающие доверие потребителя, растения (клюква, черника).

Выведение на рынок марки инновационной косметики, содержащей ингредиенты животного происхождения, связано со специфическими

трудностями, которые касаются экологических и эстетических норм потребительской культуры. Для бюджета продвижения марки это означает дополнительную статью — расходы на информационно-просветительскую кампанию, направленную на разъяснение потенциальному потребителю таких немаловажных моментов, как, во-первых, общая экологичность технологии; во-вторых, безопасность технологии для животных; в-третьих, отсутствие в составе продукции элементов организмов животных; в-четвертых, использование только полезных для людей химических элементов, обнаруженных в клетках животных. При этом используются стратегии — урбанистическая (отвлечение внимания потребителя от источника компонентов) и провинциальная (источник компонентов не содержит негатива).

Средства на основе инновационных химических компонентов продвигаются на рынок с помощью стратегий:

- 1) медиализации — использование специальных медицинских терминов, редких и малоизвестных названий химических соединений;
- 2) симплификации — использование доступных объяснений, метафор, структурных схем воздействия компонента на организм.

К факторам, влияющим на выбор стратегии, следует отнести уровень образования потенциального потребителя, круг его интересов, досуговых предпочтений.

Кроме технологий, инновации внедряются и в формат парфюмерно-косметической продукции, под которым понимается ее интегральная характеристика, а именно: внешний вид, форма, способ использования и эффективность использования. Формат упаковки продукта должен нести в себе образ его инновационности, передавать концепцию марки и в этом смысле служить средством продвижения новинки на рынок. Используется несколько способов:

1. Оригинальная упаковка (к примеру, кактус);
2. Упаковка, передающая идею компании (например, молекула кислорода);
3. Шикарная упаковка, передающая эксклюзивность продукта; (например, «морозное» стекло, крышка с золотом, использованная *la creme parfaite carita*).

Инновации в формате предлагают потребителю: совмещение косметического, гигиенического, лечебного и психологического эффекта в одном продукте; минимизация временного

промежутка от окончания косметической процедуры до начала проявления эффекта средства (таблетка для автозагара); новый прогрессивный способ нанесения средства (пропитка средством косметического пластыря, использование подушечек для маски вокруг глаз).

3. Слабой стороной отечественных предпринимателей на рынке ПКП является **брендинг**, что, в первую очередь, объясняется недостаточными инвестициями в продвижение товара. Кроме того, брендинг целесообразно финансировать на всех этапах жизненного цикла товара и, особенно, в период его приближающейся старости. Постоянное привлечение внимания потребителя к марке товара — это залог обеспечения рентабельности компаниям с разным объемом продаж, поэтому игроки отечественного рынка обязаны придавать особое значение брендингу как немаловажной составляющей системы маркетинга в целом и рекламной кампании в частности.

Брендинг включает в себя несколько составляющих:

- продвижение товара и реклама;
- надежность и выполнение обещаний;
- продуманный дизайн;
- нацеленность на долговременные отношения с покупателем и обратную связь;
- такое соотношение цены и качества, при котором покупатель не чувствует себя обманутым.

Рекламные коммуникации подразделяются в зависимости от типов продуктов на рациональные и эмоциональные. В основе концепции рациональной коммуникации лежит конкретика и научность. Основа эмоциональной коммуникации — гармония, счастье и положительные эмоции. Другой перспективный путь завоевания потребителя на конкурентном рынке парфюмерии и косметики — позиционирование по так называемым архетипам тела — «тело-всё», «тело-друг», «тело-союзник» и «тело-враг». Таким образом, коммуникативная концепция бренды может быть основана на идее либо технологического, либо эмоционального воздействия. Следует признать, что успех будет сопутствовать тем продуктам и участникам рынка, которые будут использовать смешанную стратегию, умело сочетающую элементы рационального, чувственного и эмоционального направлений.

Прогрессивными тенденциями в продвижении парфюмерно-косметической продукции считаются: во-первых, всё более широкое использование таких разнообразных инструментов социального маркетинга, как неиспользование детского труда на производстве, благотворительные акции и др.; во-вторых, активизация на фоне возрастания интереса к органической косметике применения приемов «зеленого» маркетинга, что подразумевает уважительное отношение к природе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Русский бизнес — рынок косметики // Эксперт. 24.11.2003. № 44.
2. Парфюмерия Франции: 39 лет непрерывного роста // RBC daily. 02.03. 2006.
3. Карпова М. Парфюмерия Франции и российский рынок парфюмерии и косметики. // Газета.ру.
4. Шумилина М. Интим предлагать! // Компания. 2004. № 37.
5. Демчук А. «Градиент» стал производителем. № 20.
6. Москаленко Л. Мухомор для транснационалов // Эксперт. 2003. № 44.
7. «The Wall Street Journal», № 50. 19.12.2005.



Борщёв Е.Г., Миролюбов А.А.

АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Вступление мирового сообщества в постиндустриальную эпоху и развитие наукоемких технологий в глобальном масштабе определяют новые условия и перспективы современного бизнеса. Одним из основных условий для его эффективного функционирования становится комплексное внедрение в операционную деятельность российских предприятий и организаций информационных и коммуникационных технологий (ИКТ).

Состояние и использование ИКТ на предприятиях отраслей экономики РФ [2] показывает, что развитость информационной инфраструктуры следует рассматривать как один из важнейших, системообразующих факторов для обеспечения конкурентоспособности экономического субъекта, а также как необходимое условие для стабильного развития внешнеэкономических связей.

Однако сам по себе факт использования ИКТ на предприятии не означает автоматического роста эффективности его функционирования. Современные ИКТ — это инструментарий, который при неправильном его использовании может ухудшить экономическое положение предприятия. Именно характер и условия внедрения ИКТ на предприятии определяют конечный результат их воздействия на развитие бизнеса.

Таким образом, для определения условий эффективного использования ИКТ необходимо, в первую очередь, определить их место и роль в организационной и информационной структуре предприятия. Для этого следует уточнить термины “информационная система” и “информационная инфраструктура”, “функциональность информационной системы” предприятия и на основе этого определить место информационных и коммуникационных технологий.

Информационная система (ИС) [6] — это комплекс средств и технологий, используемых для сбора, обработки, хранения и распространения информации с целью анализа, поддержки принятия решений и управления в организации. Следствием принятия такого определения

является тот вывод, что эффективность информационной системы может быть оценена только в терминах ее вклада в достижение организацией ее целей. Аналогичные определения ИС представлены в соответствующей литературе [4, 5].

Информационные и коммуникационные технологии предприятия представляют собой совокупность методов и аппаратно-программных и коммуникационных средств, объединенных в технологическую цепочку, обеспечивающую сбор, хранение, обработку, вывод и распространение информации для снижения трудоемкости и капиталоемкости процессов использования ресурсов предприятия.

Информационная инфраструктура [1, с. 212] представляет собой технологический фундамент ИС предприятия, построение которого описывается составляющими системной архитектуры — технической архитектурой и архитектурой данных. Состав инфраструктуры ограничивается аппаратными средствами и программно-операционными платформами (hardware and software) и не включает в себя приложения (прикладные программы, определяющие функциональность информационной системы). К информационной инфраструктуре относятся также аппаратно-программные средства для хранения данных и работы с ними.

Функциональность информационной системы определяется наличием прикладных программ (бизнес-приложений) их взаимосвязью с СУБД и другими составляющими информационной инфраструктуры. Прикладные программы, основанные на технологиях баз данных, представляют собой совокупность системы базы данных и приложения. Граница между ними четко определена — это *интерфейсы прикладного программирования СУБД*. Прикладные программы с помощью интерфейсов прикладного программирования (Application Programming Interface, API) СУБД получают доступ к базе данных и используют содержащиеся в ней данные для решения необходимых пользователям задач.

Такая ситуация сохранялась до второй половины 90-х годов, когда SQL-серверы баз данных стали обеспечивать некоторые возможности интеграции прикладных программ и систем баз данных с помощью триггеров, хранимых процедур и внешних программ. В данной ситуации четкой границы между прикладной программой и системой базы данных уже не существует.

Исходя из этого, место ИКТ в информационной системе предприятия можно определить следующим образом [1, с. 255]:



Рис 1. Составные элементы информационной системы предприятия

В основании пирамиды, представляющей информационную систему предприятия, лежит слой компьютеров — центров хранения и обработки данных, и транспортная подсистема (локальные и глобальные сети), обеспечивающая передачу пакетов данных между компьютерами.

На следующем уровне работают системные сервисы, которые, пользуясь СУБД, как инструментом для поиска нужной информации, предоставляют конечным пользователям эту информацию в удобной для принятия решения форме, а также выполняют некоторые общие для предприятий всех типов процедуры обработки информации.

Верхний уровень ИС — приложения конкретной предметной отрасли (программы бухгалтерского учета, управления технологическими процессами и т. п.). Конечная цель ИС воплощена в прикладных программах верхнего уровня, но для их успешной работы абсолютно необходимо, чтобы все подсистемы нижних слоёв, те аппаратно-программные средства и

коммуникационные каналы, которые составляют информационную инфраструктуру, чётко выполняли свои функции.

В современной литературе имеется большое число видов классификации ИС (например, [1] — с. 211; [2] — с. 70; [3] — с. 409). Комплексная классификация ИС в соответствии с уровнями организационной структуры предприятия представлена в табл. 1. Классификация ИС в соответствии с требуемой функциональностью представлена в табл. 2.

Как уже было указано выше, применяемые ИКТ могут стать эффективным инструментом развития организации. Так, например, в 1959–1973 гг. ИКТ обеспечивали около 5 % темпов экономического роста США (стоимость производства компьютеров, программного обеспечения и коммуникационного капитала в объеме ВВП), в 1995–2001 гг. — уже 25 % [7]. Это оказалось возможным благодаря существенным изменениям в бизнес-процессах и соответствующим организационным изменениям на предприятиях.

На рубеже 1980–90-х гг. XX в. одним из наиболее перспективных направлений увеличения эффективности деятельности предприятия в развитых странах стало внедрение ERP-систем, поскольку данные системы позволяют поддерживать весь цикл управления: анализ — планирование — организация — учет — контроль — регулирование. По данным аналитического агентства Oliver Wight, эффект от внедрения ERP-систем на предприятиях, при котором значение ROI достигало 100 %, наблюдался примерно в 40 % случаев успешного внедрения. Стоимость одного рабочего места таких систем, с учетом затрат на внедрение, варьируется в пределах \$10 тыс.–\$40 тыс. Совокупная стоимость владения (ТКО) на 1 рабочее место может варьироваться в пределах \$2500–\$20 000 / год, а средний срок эксплуатации ERP-системы составляет 15 лет. Вкладывать деньги в систему, работающую более короткий срок, считается нецелесообразным [1].

Тем не менее, несмотря на некоторую неопределенность эффекта внедрения, многие западные предприятия продолжали совершенствовать свои информационные системы. Это связано с тем, что ERP-системы для западных предприятий в стратегическом плане являлись критическими бизнес-приложениями, позволяющими быстро и с высокой точностью консолидировать информацию для принятия решений высшим управленческим персоналом.

Таблица 1

Классификация информационных систем в соответствии с уровнями организационной структуры предприятия

Информационные системы							
Уровни	Типы систем	Маркетинг и продажи	Производство	Финансы	Учёт	Отдел кадров	Стратегические информационные системы — СИС (Strategic Information Systems — SIS)
Операционный уровень	Системы обработки транзакций — COT (Transaction Processing Systems — TPS)	Обработка заказов	Контроль перемещения материалов	Управление наличными денежными средствами	Учет дебиторов	Поддержка записей сотрудников	
Тактический уровень	Уровень в части обработки знаний	Отслеживание заказов	Календарное планирование фабрик		Учёт кредитов	Обучение и разработка	
			Машинный контроль	Защита торговых операций	Зарплата	Компенсации	
Уровень для решения управленческих и аналитических задач	Офисные системы (Office Automation Systems — OAS)	Обработка текстов		Предоставление документов		Электронные календари	
	Системы работы со знаниями — CPCS (Knowledge Management Systems — KMS)	Инженерные рабочие станции		Графические рабочие станции		Управленческие рабочие станции	
	Систем поддержки принятия решений — СППР (Decision Support Systems — DSS)	Анализ регионов продаж	Календарное планирование производства	Анализ затрат	Анализ затрат/прибыльности	Анализ затрат по контрактам	
	Управленческие информационные системы — УИС (Management Information Systems — MIS)	Управление продажами	Контроль запасов	Годовое планирование бюджета	Анализ капитальных инвестиций	Анализ перемещений	
Стратегический уровень	Системы поддержки руководства — СПР (Executive Support Systems — ESS)	5-летний прогноз уровня продаж	5-летний оперативный план	5-летний бюджетный прогноз	Планирование прибыли	Планирование деятельности персонала	

Таблица 2

Классификация информационных систем в соответствии с требуемой функциональностью

	Уровни функциональности			
	Локальные информационные системы (Low End PC)	Малые информационные системы (Middle End PC)	Средние информационные системы (High End PC)	Крупные информационные системы (Enterprise Resource Planning — ERP)
Представители групп (информационные решения)	— 1С — БЭСТ — Инотек — ИНФИН — Инфософт — Супер-Менеджер — Турбо-Бухгалтер — Инфо-Бухгалтер	— Concorde XAL — Exact — NS-2000 — Platinum — PRO/MIS — Scala — SunSystems — БОСС-Корпорация — Галактика/ Парус — Ресурс — Эталон	— JD Edwards (Robertson & Blums) — MFG-Pro (QAD/BMS) — SyteLine (CO-KAII/SYIX)	— SAP/R3 (SAP AG) — Baan V (Baan) — Oracle Applications (Oracle)

В настоящее время ERP-системы получили новое развитие в виде систем классов ERP II (SCM-приложения + ERP-системы) и CSRP (CRM+ ERP-системы).

В России на сегодняшний день отсутствуют отечественные разработки класса ERP, однако присутствуют основные западные программные средства этого класса: SAP, MBS, Oracle, Baan. Существенной особенностью российского рынка ERP-систем является высокая динамика спроса со стороны как крупного бизнеса, так и со стороны малых и средних предприятий. Сегодня над предложениями для средних предприятий активно работают компании-интеграторы, для которых ранее основной была работа с крупными и очень крупными заказчиками (MySAP, Oracle). Выходят в сегмент средних предприятий и те из российских разработчиков, кто недавно основное внимание уделял решениям для малых компаний (например, 1С). Вместе с тем, как отмечают аналитики, спрос на ERP-системы со стороны крупных отечественных предприятий далеко не исчерпан. Многие из них, пройдя через период слияния и реорганизаций, будут способны совершенствовать имеющиеся у них информационные решения или внедрять новые.

Тем не менее, по уровню автоматизации российские предприятия пока значительно отстают от западных. Это следует из отраслевого анализа данных, представленных в табл. 3. [2]

Как следует из данной таблицы, уровень использования CRM-, ERP-, SCM-систем на российских предприятиях на сегодняшний день

в среднем не превосходит 5 %. В то же время в экономически развитых западных странах данный показатель доходит до 40 % [1].

Отмеченное отставание российских предприятий в области внедрения и использования ИКТ, определяется действием ряда факторов, которые можно разделить на четыре группы:

1. *Технологические* (технические проблемы использования телекоммуникационного оборудования и сетей; несоответствие имеющихся технических и программных средств новым потребностям организации).

2. *Правовые* (недостаточная нормативно-правовая база в области развития электронного бизнеса и электронной коммерции; противоречивость российского законодательства).

3. *Экономические* (недостаток ресурсов для осуществления проектов развития ИКТ в организации; нечеткость позиции руководства по отношению к планам развития ИКТ; высокие риски осуществления электронных платежей; слабое использование технологий Интернет и электронной коммерции бизнес-партнерами и др.).

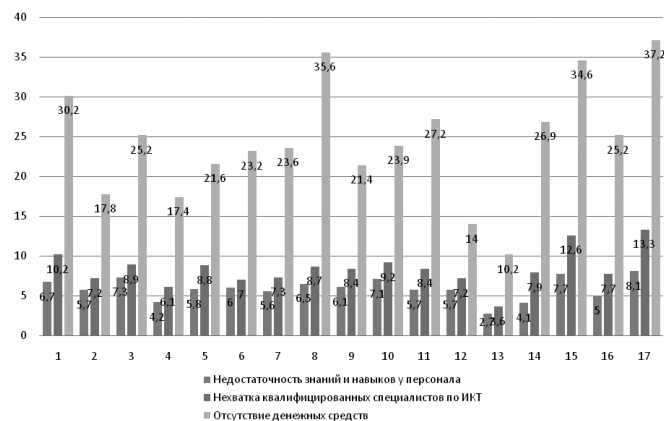
4. *Производственные* (недостаток знаний и навыков использования ИКТ сотрудниками организации, сопротивление персонала нововведениям; нехватка квалифицированных специалистов по ИКТ; потери рабочего времени вследствие неправильного использования информационных технологий и др.)

Воздействие ключевых факторов из приведенных выше групп факторов на использование ИКТ в отдельных секторах экономики РФ представлено на рис. 2 [2].

Таблица 3

**Использование информационных систем предприятиями отраслей Российской Федерации
по видам экономической деятельности на 2006 г. (доля от общего числа организаций)**

Наименование отрасли	Всего	типы информационных решений		
		CRM	ERP	SCM
Всего	3,6	1,9	2,4	0,8
Добыча полезных ископаемых	7,7	3,0	6,0	1,7
Производство пищевых продуктов	7,4	3,2	6,3	1,5
Химическое производство	19,4	5,3	17,3	2,5
Металлургическое производство	13,4	4,3	11,4	1,7
Производство машин и оборудования	10,9	4,2	8,9	1,6
Производство электрооборудования	12,7	4,2	10,6	2,0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	4,5	1,7	3,5	0,7
Строительство	2,7	1,4	1,8	0,7
Оптовая и розничная торговля	4,8	2,8	3,2	1,4
Транспорт	4,1	1,9	3,0	1,0
Связь	21,3	13,9	17,3	3,6
Финансовая деятельность	10,3	7,6	5,1	2,1
Исследования и разработки	3,5	1,5	2,7	0,8
Государственное управление; обязательное социальное обеспечение	1,1	0,8	0,5	0,3
Образование	8,9	5,0	6,2	3,2
Здравоохранение	1,4	0,9	0,7	0,6
Прочие виды деятельности	3,0	1,6	2,1	0,7



- | | | |
|---------------------------------------|--|--|
| 1 — Всего | 7 — Производство электрооборудования | 12 — Связь |
| 2 — Добыча полезных ископаемых | 8 — Производство и распределение электроэнергии, газа и воды | 13 — Финансовая деятельность |
| 3 — Производство пищевых продуктов | 9 — Строительство | 14 — Исследования и разработки |
| 4 — Химическое производство | 10 — Оптовая и розничная торговля | 15 — Государственное управление; обязательное социальное обеспечение |
| 5 — Металлургическое производство | 11 — Транспорт | 16 — Образование |
| 6 — Производство машин и оборудования | | 17 — Здравоохранение |

Рис. 2. Наиболее значимые факторы, сдерживающие использование ИКТ предприятиями в отраслях Российской Федерации, по видам экономической деятельности: 2006 (в процентах от общего числа организаций)

В результате исследования условий использования ИКТ на российских предприятиях установлено следующее:

1. Наиболее значимым из факторов, негативно влияющих на условия использования ИКТ, является недостаток собственных средств предприятий для осуществления проектов информатизации. В этой связи для исправления ситуации целесообразно разработать долгосрочную программу развития ИКТ на предприятии с установлением конкретных задач и критериев оценки достигнутых результатов, при осуществлении которых следует максимально использовать собственные резервы, в том числе знания и опыт сотрудников, имеющийся технологический и интеллектуальный потенциал.

Другим способом снижения финансовой зависимости в области ИКТ может стать использование лизинга серверов и прикладного программного обеспечения (предоставление в аренду аппаратных и программных средств на основе технологии «тонкий клиент»). Это позволяет организации при относительно низких затратах использовать современные ИКТ с возможностью постепенного выкупа оборудования.

2. Преодолеть отрицательное влияние других факторов на эффективность использования ИКТ предприятиями (недостаток квалифицированных специалистов, ограниченность знаний и навыков персонала), возможно за счет централизованных государственных мероприятий в области политики ИКТ в секторах национальной экономики, например, реклама через средства массовой информации, организация специализированных конференций и выставок, осуществление программ обучения и семинаров для сотрудников государственных учреждений, предоставление грантов и иной деятельности. Одним из важных примеров такого рода деятельности в условиях Российской Федерации является федеральная целевая программа «Электронная Россия», в ходе которой российские компании получают дотации и льготы на внедрение ИКТ на период 2002–2010 гг. Программа также предполагает реформу нормативного регулирования рынка ИКТ, внедрение новых технологий в государственных органах и частном секторе, создание образовательных программ, призванных повысить уровень компьютерной грамотности россиян, и построение масштабной инфраструктуры коммуникаций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Как стать электронной компанией в России. Электронные навыки для Российских малых и средних предприятий. Руководство — методы и бизнес кейсы. — СПб, 2006 г.
2. Абдрахманова Г.И., Гохберг Л.М., Ковалева Г.Г. Информационные и коммуникационные технологии в российской экономике: 2007. Статистический сборник. М.: ГУ-ВШЭ, 2007 г.
3. Проект Европейского союза «Электронные навыки для российских малых и средних предприятий» / «ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ», №2, 2006 г.
4. Лодон Дж., Лодон К. Управление Информационными Системами. 7-е издание. СПб.: Питер, 2005 г.
5. Лугачев М.И., Анно Е.И., Коголовский М.Р. Экономическая информатика: Введение в экономический анализ информационных систем: Учебник. М.: ИНФРА-М, 2005 г.
6. Коголовский М.Р. Перспективные технологии информационных систем. — М.: ДМК Пресс; М.: Компания АйТи, 2003 г.
7. Indjikian R. и Siegel D.S. World Development, Vol.5, No. 33, 2005.
8. <http://www.e-rus.ru> (сайт федеральной целевой программы «Электронная Россия на 2002–2010 гг.»).

Чамаев Ш.З., Мелехин А.В.

ИНСТРУМЕНТАРИЙ АДАПТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ОБЪЕКТАМИ

Создание адаптивных систем управления сложными экономическими объектами обуславливается их деятельностью в нестабильных, слабо предсказуемых, а зачастую и вовсе непредсказуемых условиях хозяйственной деятельности.

При этом любое производство, как сложный экономический объект управления сталкивается с необходимостью использовать методы адаптивного управления для того, чтобы приспособиться к следующим двум основным видам возмущающих факторов:

— к нестабильной во времени внешней и внутренней среде;

— к систематической неопределенности условий функционирования.

В общем случае все методы адаптивного управления сложными экономическими объектами можно классифицировать следующим образом: (см. рис.1).

Для построения аналитических методов адаптации к нестабильным условиям среды по отклонению исследуемых показателей от заданных их значений требуется оценка текущего



Рис.1. Классификация методов адаптивного управления экономическими объектами

состояния объекта управления и условий его функционирования в произвольные моменты времени. Для такой оценки необходимо использовать не итоговые за отчетный период планируемые значения оценочных показателей, как это принято, а динамические показатели, позволяющие оценивать эффективность состояния объекта управления в произвольные моменты времени. Поэтому в процессе планирования производственной деятельности объекта управления необходимо задать законы желаемого изменения показателей, позволяющие оценивать эффективность его текущего состояния в произвольные моменты времени по мере ощутимых изменений условий функционирования.

Пусть показатель эффективности D_s объекта управления зависит от множества вводимых в производство факторов $\{x_i(s_i^2)\}$, $i = 1, n$, а его изменение во времени определяется линейной эмпирической полиномиальной зависимостью вида:

$$D_s = k_0(s_i^1) + k_1(s_i^1) x_1(s_i^2) + k_2(s_i^1) x_2(s_i^2) \dots + k_n(s_i^1) x_n(s_i^2),$$

(в более сложном случае данная зависимость может носить нелинейный характер), коэффициенты пропорциональности которой $k_i(s_i^1)$ изменяются в соответствии с характером изменения внешней составляющей s_i^2 ситуации проблемной среды, а параметры модели $x_i(s_i^2)$ зависят от внутренней составляющей проблемной среды s_i^1 .

Таким образом, задача адаптивного управления сводится к изменению параметров модели функционирования объекта в соответствии с изменениями полной ситуации проблемной среды $s = s_i^1 \cup s_i^2$, например, путем изменения объемов, вводимых в производство факторов, позволяющих получить желаемые значения показателя эффективности D_s .

Для формирования законов желаемого изменения показателей эффективности D_s во времени проводится обработка экспертных данных, представленных в нечеткой форме и обрабатываемых по методике предложенной в [1]. Для получения эмпирических зависимостей показателя D_s от факторов $x_i(s_i^2)$ можно использовать также методы активного и пассивного эксперимента и обработки получаемых таким образом данных.

Например, рассмотрим случай, когда в качестве модели функционирования объекта

D_s используется производственная функция, определяющая предельные объемы производства в соответствии с объемами вводимых в производство факторов. Применение в этом случае производственной функции позволяет произвести количественный анализ эффективности использования различных ресурсов, а также определить возможные пределы их взаимозаменяемости. Пусть в качестве вводимых в производство факторов выступают $x_1(s_i^2)$ — основной капитал и $x_2(s_i^2)$ — затраты живого труда. В этом случае, когда предприятие обладает достаточными объемами ресурсов, то объемы вводимых в производство факторов не зависят от текущей ситуации s_i^2 , так как при этом отпадает необходимость в их взаимозаменяемости. Тогда производственная функция будет иметь следующий вид:

$$D_s = k_1(s_i^1) x_1 + k_2(s_i^1) x_2.$$

Следовательно, с учетом возможных изменений проблемной среды, например, для учета изменения спроса на экономические ресурсы и труд, соответственно, определяемые параметрами спроса z_1 и z_2 , адаптивная модель показателя D_s для оценки эффективности производства будет иметь следующий вид:

$$D_s = (a_1 z_1) x_1 + (a_2 z_2) x_2.$$

Таким образом, адаптивная модель управления вводом в производство факторов формируется в два этапа. На первом этапе по количественным значениям параметров D_s , x_1 и x_2 , задаваемых обычно матричным образом, для фиксированных значений z_1 и z_2 , используя множественный регрессионный анализ, вычисляются коэффициенты $k_i(s_i^1)$, $i = 1, 2$. Затем на основе полученных значений коэффициентов $k_i(s_i^1)$ и соответствующих им значений параметров z_1 и z_2 вычисляются коэффициенты a_1 и a_2 .

Следует отметить, что учитывая совместное влияние параметров $x_i(s_i^2)$ на значение показателя D_s трудно определить какой из коэффициентов $k_i(s_i^1)$ необходимо скорректировать первым при возникновении недопустимого отклонения регулируемого параметра от требуемого значения. Поэтому задачу адаптивного управления следует решать путем подбора значений различных коэффициентов, начиная с наиболее значимого из них, определяя управленческие мероприятия, позволяющие устранить наиболее эффективным образом возникшее отклонение показателя от запланированного значения.

Для эффективного решения данной задачи может быть использована следующая методика:

1. Ранжировать все параметры $x_i(s_i^2)$, $i=1, n$ в порядке роста их влияния на показатель D_j .
2. Выбрать параметр x_i с максимальным рангом.
3. Выбрать шаг приращения Δk_i изменения коэффициента k_i , соответствующего исследуемому параметру.
4. Оценить пробное изменение значения коэффициента при выбранном параметре в сторону увеличения.
5. Проверить условие «отклонение между заданным и фактическим значениями параметра уменьшается», если условие выполняется, то перейти к п. 6; в противном случае перейти к п. 8.
6. Проверить условие «значение отклонения поменяло знак после изменения коэффициента и его величина осталась недопустимой», если условие выполняется, то исключить исследуемый параметр из числа анализируемых в дальнейшем и перейти к п. 2, в противном случае перейти к п. 7.
7. Проверить условие «отклонение устранено», если условие выполняется, то определить и провести с учетом корректировки коэффициента k_i организационно-управленческие мероприятия, приводящие к устранению текущего отклонения показателя D_j от заданного значения и позволяющие поддержать требуемое значение скорректированного коэффициента, в противном случае, перейти к п. 3.
8. Оценить пробное изменение значения коэффициента при выбранном параметре в сторону уменьшения, перейти к п. 5.

Анализ предложенного принципа организации параметрического адаптивного управления сложным экономическим объектом по отклонению показывает необходимость создания в организационной системе управления подразделения, занимающегося мониторингом внешней и внутренней среды, для наблюдения за происходящими в них изменениями, оказывающими влияние на производственный процесс.

Что же касается адаптивного параметрического управления по возмущению, то его организация базируется на своевременном выявлении и анализе негативно действующих на производство факторов $\{H_j(t)\}$, $j=1, p$. В этом случае задача управления решается путем формирования управленческих мероприятий, поз-

воляющих в соответствии с характером действующих возмущающих факторов устранить или снизить уровень негативного их воздействия на производственный процесс. Когда же устранить воздействие возмущающего фактора практически невозможно, то необходимо провести управленческие мероприятия, направленные на устранение последствий, вызванных его проявлением. В этом случае система управления практически переходит в режим адаптивного параметрического управления экономическим объектом по отклонению.

В методологическом плане для эффективной реализации адаптивного управления по возмущению целесообразно организовать два режима функционирования системы управления:

- обучения или самообучения;
- рабочий режим управления объектом.

В режиме обучения или самообучения является характер влияния возмущающих факторов на эффективность работы строительного предприятия. Точнее устанавливается причинно-следственная связь, определяющая характер влияния фактора на параметры математической модели, отражающей закономерности изменения во времени производственных показателей, оценивающих эффективность работы объекта управления (строительного предприятия).

Причем в режиме обучения в системе управления формируется модель влияния внешних и внутренних возмущений на производственный процесс на основе данных получаемых от экспертов, в лице которых могут выступать высококвалифицированные менеджеры. После опроса экспертов и первичной обработки данных, полученная информация систематизируется, и по ней устанавливаются причинно-следственные связи между факторами и показателями эффективности работы предприятия по следующей схеме:

Фактор $H_j(t) \Rightarrow$ показатель $D_j \Rightarrow$
 $\Rightarrow$ параметр $x_i(t) \Rightarrow$ коэффициент k_i
 при выявленном параметре.

Далее определяются закономерности требуемой корректировки коэффициентов модели k_i при появлении фактора $H_j(t)$ и организационно-управленческие мероприятия Y_j , позволяющие физически реализовать проведенную корректировку модели исследуемого производственного показателя D_j .

Например, к наиболее часто встречающимся негативно действующим на строительное производство факторам можно отнести:

- срывы поставок строительных материалов;
- несвоевременную оплату заказчиком выполненных работ;
- погодные условия.

Все три отмеченных выше фактора при их проявлении могут привести к производственным простоям и связанному с этим снижению объемов выполненных подрядных работ. Следовательно, для устранения последствий, вызванных данными факторами необходимо увеличить скорость изменения объемов выполняемых подрядных работ до устранения отклонения между ее требуемым и фактическим значениями. Для этого следует увеличить фронт работ путем увеличения вводимых в производство факторов.

При своевременном же обнаружении срыва поставок строительное предприятие может найти другого поставщика или выполнить равносильную замену недопоставленных стройматериалов имеющимися и таким образом избежать простоя вообще или сократить время простоя при наиболее неблагоприятном исходе.

Что же касается второго фактора, в случае, когда заказчик своевременно оповещает подрядчика об отсутствии средств для оплаты выполненных работ или авансирования предстоящих подрядных работ, то для выхода из создавшегося положения может заключаться трехсторонний договор между подрядчиком, заказчиком и кредитором. Согласно данному договору кредитор под определенный процент перечисляет требуемую сумму подрядчику, а по истечению заданного срока с ним расплачивается заказчик или в натуральной форме по окончании строительства, например, при жилищном строительстве, или же заказчик возвращает кредитору взятые в долг средства и соответствующий им процент. Или же часть строящегося объекта переходит в собственность кредитора, и он или после продажи недостроенного объекта, или же по окончании строительства возвращает причитающуюся ему сумму денег.

В итоге в системе управления предприятием формируется модель управления по возмущению, состоящая из продукций следующего вида:

$$H_j(t) \Rightarrow Y_j$$

Каждая такая продукция означает, что если в среде в момент времени t возникает возмущение

$H_j(t)$, то для компенсации его воздействия необходимо провести организационно-управленческие мероприятия Y_j . Например, если выросли цены на строительные материалы, то необходимо провести пропорциональную корректировку стоимости выполняемых работ и коэффициентов производственной функции.

Однако следует заметить, что все условия возникновения и устранения возмущающих факторов в условиях развития рыночных отношений априори предусмотреть практически невозможно. Поэтому в адаптивной системе управления необходимо учитывать необходимость функционирования в режиме самообучения или пополнения знаний по мере наблюдения непредвиденных возмущений. Система управления переходит в режим самообучения при любых неопределенных и неожиданных изменениях внешней среды. В этом режиме проводится анализ происходящих в среде изменений и событий, обсуждение сложившейся в ней ситуации на всех уровнях организационной системы управления. Для принятия же управленческих решений в возникшей обстановке проводится «мозговой штурм» и коллективное обсуждение различных альтернатив устранения возникшей проблемы. При этом происходящие в среде преобразования могут носить для предприятия как позитивный, так и негативный характер.

В первом случае принимаемые коллективным образом решения должны быть сопряжены с выбором и проведением организационно-управленческих мероприятий, направленных на повышение эффекта, получаемого в результате происходящих в среде событий. Во втором случае принимаются решения сопряженные с выбором управленческих мероприятий, направленных на устранение негативно действующих факторов или связанных с ними негативных последствий.

Как показано на рис. 1. структурные методы адаптации могут быть реализованы двумя следующими способами:

- путем формирования новых или изменения старых связей между различными функциональными подразделениями организационной системы управления;

- путем формирования на временной или постоянной основе проблемно-целевых групп управления, создаваемых для решения проблем определенного класса, возникающих у предприятия в результате действия различных негативных факторов проблемной среды,



приводящих к изменению устойчивости его функционирования.

Образующиеся в первом случае связи между функциональными подразделениями организационной системы управления предприятием могут быть вертикальными и горизонтальными.

Вертикальные связи обычно возникают, когда функциональные подразделения одного уровня иерархии управления на временной основе переходят в двойное подчинение к различным подразделениям более высокого уровня управления, т.е. когда возникает необходимость в привлечении специалистов соответствующего профиля, например, в качестве экспертов для решения задач порученных им проблем. Например, для оценки эффективности планируемого инновационного проекта в подчинение подразделению, отвечающему за научно-техническое развитие предприятия, на временной основе передаются специалисты планово-экономического отдела, которые, не меняя своих рабочих мест, выполняют задание научно-технического отдела.

При этом дополнительные вертикальные связи и двойное подчинение специалистов должно быть согласовано с прямым руководством функционального подразделения, к которому они приписаны, согласно базовой структуре организационной системы управления. В случае же возникновения спорных моментов в процессе такого согласования, их разрешение осуществляется высшим руководством предприятия исходя из его общих интересов.

Горизонтальные связи формируются между функциональными подразделениями одного уровня иерархии управления в случае возникновения проблем, решение которых требует коллегиального принятия решений путем «мозговой атаки». Для автоматизированного формирования горизонтальных связей строится матрица ответственности функциональных подразделений за решение каждого класса возникающих проблем.

Строки данной таблицы определяются управленческими функциями и соответствующими им функциональными подразделениями различных уровней иерархии системы управления, отвечающими за их реализацию. Столбцы таблицы помечаются классами проблем в порядке их простой нумерации. Причем, если подразделение, реализующее определенную управленческую функцию должно участвовать в решении задач данного класса, то на пересече-

чении соответствующего столбца и строки ставится 1, в противном случае, в соответствующей клетке таблицы ставится 0.

При этом если возникает проблема, которую невозможно отнести к заданному классу задач, то выполняется обобщенное описание этой проблемы и на этой основе формируется соответствующий ей класс задач. Причем в решении задачи участвуют все функциональные подразделения системы управления, часть которых по результатам решения задачи потом отсеивается. В матрице ответственности формируется новый столбец, элементы которого заполняются соответственно 0 для отсеянных предприятий и 1 в противном случае.

На основе построенной матрицы ответственности процесс адаптации предприятия к возникающим проблемам реализуется следующим образом:

1. По заданным признакам формируются модели различных классов решаемых предприятием задач.

2. При возникновении проблемы определяется класс задач, к которому она относится.

3. Согласно выявленному классу задач по соответствующему ему столбцу матрицы ответственности выявляются подразделения, участвующие в решении стоящей проблемы.

4. Между подразделениями одного уровня иерархии управления, отмеченными 1 в выбранном столбце матрицы ответственности как между равноправными партнерами активизируются горизонтальные связи, по которым поступает имеющаяся информация о происходящих в среде изменениях и событиях.

5. Начиная с первого (нижнего) уровня организационной системы управления коллегиально принимаются решения по выбору альтернатив организационно-управленческих мероприятий, проведение которых, по мнению принимающих решение, приводит к устранению возникшей проблемы. При этом может быть выбрано несколько вариантов решения задачи.

6. Полученные данные передаются на более высокий уровень иерархии управления, где число альтернатив может или сократиться, или увеличиться в зависимости от мнения специалистов, принимающих участие в процессе принятия решений, и т.д. до передачи всех выбранных альтернативных подходов решения проблемы на высший (последний) уровень иерархии управления, где и принимается

окончательное решение высшим руководством предприятия.

Разработанные структурные принципы адаптивного управления предприятием показывают целесообразность формирования адаптивной организационной системы управления по иерархически сетевому принципу на основе локальной вычислительной сети, обладающей высокими возможностями коммутации связей и передачи информации между функциональными подразделениями организационной системы управления. Структура такой организационной системы управления в самом общем случае будет иметь следующую топологию (см. рис. 2).

руководителей — координаторов совместной работы различных функциональных подразделений, выступающих соответственно в ранге заместителя директора, руководителя функциональных подразделений и т. д. в соответствии с уровнем иерархии управления.

Рассматривая эвристические методы адаптивного управления сложными экономическими объектами целесообразно дать на интуитивном уровне определения эвристического управления. На наш взгляд, эвристическое управление опирается на накопленный опыт и выдвигаемые на его основе гипотезы о целесообразности проведения тех или иных управ-

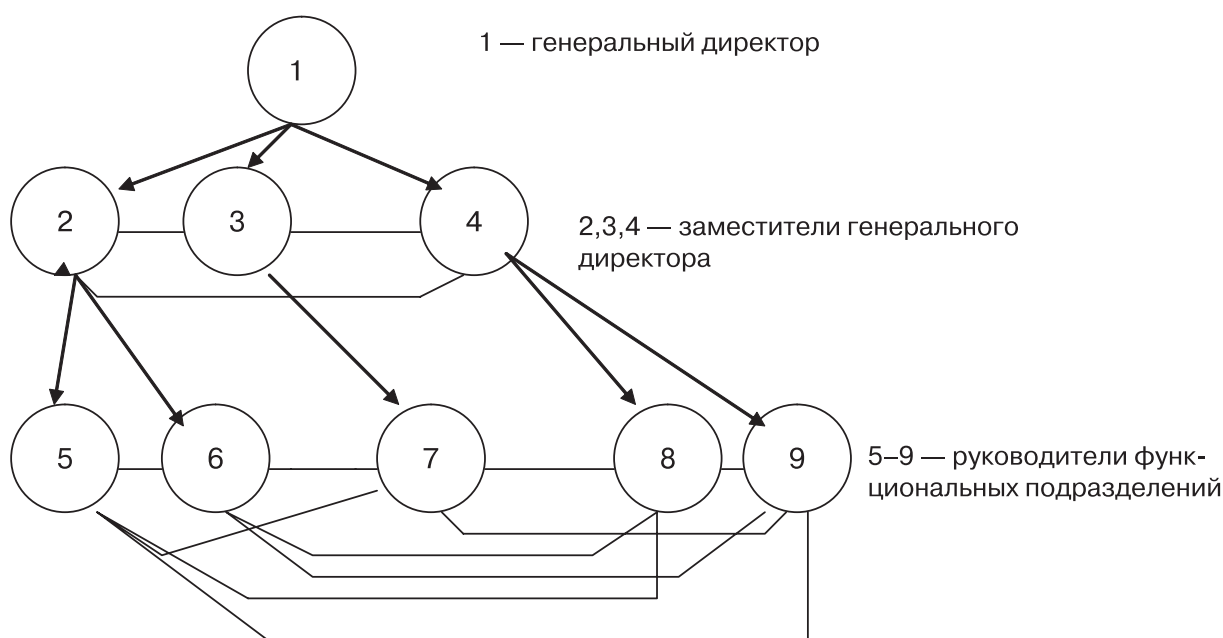


Рис. 2. Три уровня руководства иерархической сетевой организационной системы адаптивного управления предприятием

Следует отметить, что чем ниже уровень иерархии управления в приведенной системе управления, тем вероятнее на нем могут формироваться новые проблемно-целевые подразделения. Обязательным условием эффективного функционирования приведенной организационной системы управления является наличие в ней руководителей и функциональных подразделений по управлению мониторингом, маркетингом и конкурентоспособностью предприятия. Важная особенность предложенной системы управления заключается в возможности создания в ней при необходимости линейных

мероприятий для рационального достижения стоящей цели в текущей ситуации проблемной среды.

При проведении настоящего исследования мы будем исходить из того, что для формирования адаптивной системы управления поведением предприятия на рынке в ней должны быть предусмотрены и реализованы следующие эвристические механизмы адаптации:

— при распределении имеющихся или поступающих средств, предприятие должно оставлять бамперные запасы на случай возникновения непредвиденных ситуаций;

— основные показатели, определяющие технико-экономическое состояние предприятия, должны задаваться интервальными оценками, граничные значения которых определяются минимально допустимыми и максимально возможными их значениями. При этом основная задача адаптивного управления предприятием сводится к недопущению, ни при каких обстоятельствах того, чтобы значения параметров состояния не выходили за нижний предел, а как можно ближе стремились к верхнему пределу;

— включать обратные связи в различные контуры управления предприятия;

— обеспечивать возможности изменения тактики поведения на рынке в случае возникновения в ней непредвиденных кратковременных спонтанных изменений за счет имеющихся резервов.

— переносить накопленный опыт поведения в новые условия среды аналогичные ранее изученным.

Наиболее полно указанные механизмы адаптации могут быть реализованы с помощью нечетких алгоритмов управления сложными объектами в непредсказуемо изменяющихся условиях функционирования. При этом указанные алгоритмы помимо общих правил вывода должны включать правила вывода по аналогии возникающих в среде событий с ранее проанализированными условиями функционирования.

В самом общем случае нечеткие алгоритмы управления сложными экономическими объектами представляют собой совокупность правил вывода имеющих следующее содержание:

«Если отклонение фактического значения исследуемого параметра D_j от заданного значения принимает значение T_{oj} , а скорость варьирования параметра определяется значением T_{cj} , то для устранения возникнувшего отклонения необходимо провести организационно-управленческие мероприятия Y_j , позволяющие изменить скорость варьирования показателя D_j до значения T_{cj} . Причем в таких правилах выбора управленческих мероприятий значения переменных T_{oj} (отклонение), T_{cj} (скорость) задаются нечеткими значениями с помощью термов соответствующих лингвистических переменных «изменение отклонения параметра D_j » и «изменение скорости варьирования параметра D_j ».

Для этого вся шкала численных значений допустимых отклонений показателя D_j соглас-

но общепринятым правилам разбивается на пять непересекающихся интервалов. Каждому такому интервалу присваивается нечеткое значение лингвистической переменной или ее терм, и на этой основе определяется нечеткое множество, характеризующееся функцией принадлежности $\mu(d_i)$ численных значений базовой переменной d_i к заданному интервалу $T_j - T_{j+1}$ значений этой лингвистической переменной. Например, множество численных значений лингвистической переменной «отклонение стоимости фактора производства» разбивается на пять следующих термов: «очень маленькое отклонение», «маленькое отклонение», «среднее отклонение», «большое отклонение» и «очень большое отклонение», соответственно с верхними граничными значениями T_1, T_2, T_3, T_4 и T_5 .

Что же касается адаптивного управления экономическим объектом по аналогии, то в этом случае следует различать два вида аналогии между факторами и изменениями проблемной среды[2]:

— факторы, обладающие прямой аналогией между собой;

— факторы, имеющие косвенные признаки аналогии между собой.

При прямой аналогии возмущающие факторы и события имеют сходство между собой по содержанию описывающих их характеристик. При косвенной аналогии факторы и события обычно характеризуются сходством вызванных ими последствий.

Пусть фактор или событие F_1 определяется множеством характеристик X_1 , а сравниваемый с ним фактор F_2 множеством характеристик X_2 . Тогда данные факторы являются аналогичными, если выполняется условие:

$$X_3 = (X_1 \cap X_2) \neq \emptyset.$$

Другими словами два фактора F_1 и F_2 являются аналогичными тогда и только тогда, когда множество, получаемое в результате пересечения множеств X_1 и X_2 является непустым множеством, т. е. они имеют одинаковые характеристики.

Два произвольных фактора F_1 и F_2 называются косвенно аналогичными, если они одинаковым образом воздействуют на производственный процесс. Таким образом, для организации адаптивного управления объектом по прямой аналогии происходящих в проблемной среде событий необходимо определить оценку

аналогичности сравниваемых факторов F_1 и F_2 . В качестве такой оценки удобно использовать степень аналогичности $\rho(F_1, F_2)$ сравниваемых факторов и ввести порог сравнения ρ^* , при котором принимается решение, что если $\rho(F_1, F_2) \geq \rho^*$, то сравниваемые факторы аналогичны друг другу, в противном случае между сравниваемыми факторами F_1 и F_2 нет требуемого уровня аналогии для принятия положительного решения.

При этом для оценки аналогичности сравниваемых факторов и событий можно воспользоваться следующим показателем:

$$\rho(F_1, F_2) = \frac{2|X_3|}{|X_2| + |X_1|},$$

где запись $|X_3|$ — означает мощность множества X_3 или количество элементов, содержащихся в этом множестве.

Например, пусть первое событие характеризуется 5 параметрами, а второе — 7 параметрами. Причем 4 из них являются одинаковыми.

Тогда степень аналогичности сравниваемых событий будет равна:

$$\rho(F_1, F_2) = 2 \cdot 5 / (5+7) = 10 / 12 = 0,83.$$

С помощью полученной оценки аналогичности происходящих в проблемной среде событий можно реализовать различные правила вывода управленческих решений по аналогии, например, если они обладают заданной степенью аналогичности, то все эффективные мероприятия, проводимые при проявлении события F_1 , являются также эффективными и при проявлении события F_2 .

Резюмируя вышеизложенное, следует отметить, предложенный в работе инструментарий адаптивного управления сложными экономическими объектами позволяет им приспосабливаться к изменяющимся условиям деятельности, выбирая метод адаптации наиболее адекватный происходящим в окружающей среде событиям. Это обеспечивает эффективность управления сложными экономическими объектами в динамических условиях рынка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мелехин В.Б., Исмаилова Ш.Т. Оценка эффективности инновационного развития строительного предприятия // Экономика строительства, 2004. № 12.

2. Берштейн Л.С., Мелехин В.Б. Определение аналогии между ситуациями проблемной среды для переноса накопленного опыта поведения // Известия РАН. Теория и системы управления, 1997. № 5.

Цымбаленко О.С., Цымбаленко С.В., Шепель О.В.

МОДЕЛЬ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ НЕДВИЖИМОСТИ НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Недвижимые объекты муниципальных образований в современных условиях являются одной из составляющих экономической основы местного самоуправления и представляют собой важный фактор устойчивого социально-экономического развития территории. Одной из актуальных проблем управления городской

недвижимостью является увеличение ее доходности, которое в значительной мере зависит от ситуации на рынке недвижимости, экономических, фискально-монетарных и социально-политических факторов. Муниципалитеты всех городов — крупнейшие арендодатели нежилых помещений. С теоретической точки зрения



размер годовой арендной платы формируется исходя из арендуемой площади, близости к центру, типа помещения вида деятельности арендатора и т. д. Значительный вклад в исследование факторов влияющих на рыночную стоимость недвижимости, возможностей использования рыночной стоимости для налогообложения внесли отечественные ученые Грибовский В.С., Григорьев В.В., Грязнова А.Г., Федотова М.А. и др. (1...5). Кроме того, при принятии управленческого решения в отношении вариантов дальнейшего эффективного использования объектов недвижимости необходимо анализировать статистические данные конкретного сектора рынка недвижимости и опираться на конкретные значения факторов рыночной стоимости.

Цель данной работы — на основе результатов статистических исследований сформировать модель оценки рыночной стоимости недвижимости в конкретном муниципальном образовании с выявлением наиболее существенных факторов, влияющих на формирование стоимости в д. е. за 1 м² объекта и описанием характера функциональной зависимости между факторами.

Для данного исследования были собраны данные об объектах коммерческой недвижимости в г. Краснодаре и использована база данных по недвижимости, составленная по данным объявлений, публикуемых в общедоступных источниках СМИ. В исходную выборку вошло 177 объектов недвижимости. Для каждого объекта были получены следующие сведения: *место расположения объекта* (район, название улицы); *общая внутренняя площадь* объекта (м²); *стоимость предложения* (в руб.); *стоимость за 1 кв.м* (в д. е.); *качество отделки* (1 — евроремонт (высокое качество), 2 — ремонт не требуется, после ремонта (среднее качество), 3 — требует ремонта (низкое качество), 4 — без ремонта (после строителей) (нет ремонта)); *тип помещения* (встроенное /отдельностоящее); *этаж* (с 1-го по 5-ый для встроенного помещения, и отдельностоящие объекты, имеющие 1–5 этажей); *вид помещения* (жилое / нежилое). Выявление наиболее существенных факторов реализовано с помощью корреляционного и дисперсионного анализа указанных факторов.

Оценка вклада факторов в формирование стоимости за 1 кв. м помещения и описание функциональной зависимости между фактора-

ми произведено с помощью построения *многофакторной регрессионной модели*. Результатом построения данной модели является создание итогового уравнения, описывающего указанную зависимость. Анализ осуществлен на базе компьютерной программы «STATISTICA 6.0». В задачи исследования входило: статистическое описание исходных статистических данных и корректировка выборки; определение наиболее существенных факторов и оценка вклада факторов; построение многофакторной регрессионной модели (определение параметров и оценка качества модели); апробация регрессионной модели. Для построения регрессионной модели стоимости (в д. е.) 1 м² общей площади (этот показатель был выбран как результирующий фактор) были определены и рассчитаны следующие качественные и количественные факторные переменные.

Качественные переменные: место расположения объекта (район и улица) — номинальная шкала; *качество отделки* — порядковая шкала; *тип помещения* — ихотомическая шкала; *этаж* — номинальная шкала; *вид помещения* — дихотомическая шкала. *Количественные переменные*: общая внутренняя площадь объекта (м²); стоимость предложения (в руб.); стоимость за 1 кв.м (в д. е.) — *зависимая переменная*. Для построения качественной регрессионной модели нами получена подробная информация о статистических характеристиках каждого фактора (линейное распределение значений, мера средней тенденции). Также осуществлялась проверка качества распределения количественных переменных. Контроль качества распределения производился с помощью следующих показателей: оценка уровня разброса значений переменной; расчет доверительного интервала (95 % вероятности); определение минимального и максимального значения выборки.

Производить проверку качества распределения качественных переменных мы не считали необходимым, так как каждое значение фактора строго определено и понятие «разброс значений» и «доверительный интервал» не являются для таких переменных актуальными. В выборке учтены 50 (28,4 %) объектов с высоким качеством отделки (есть евроремонт), 79 (44,9 %) объектов со средним качеством (ремонт не требуется, после ремонта), 28 (15,9 %) объектов с низким качеством отделки (требуется ремонт (только шпатлевка, штукатурка)) и 19 (10,7 %) объектов не имеют отделки. В выборке

присутствуют 65 (36,7 %) отдельностоящих помещений и 112 (63,3 %) встроенных помещений. Здесь 22,2 % (39 объектов) составляют жилые помещения и 77,8 % (137) — нежилые помещения. Большая часть значений *стоимости предложения* (96,51 %) концентрируется в интервале от 0 до 1 млн. руб. Исходя из проведенного анализа сделан вывод, что существует необходимость корректировки выборки, которая заключается в удалении из исходной выборки объектов, предварительные параметры которых не соответствуют следующим критериям: фактор «стоимость предложения» — значения должны находиться в интервале от 0 до 1 млн. руб.; фактор «площадь» — допустимый интервал 0–1 тыс. кв.м; зависимая переменная «стоимость за 1 кв.м» — допустимый интервал значений от 500 до 2000 д. е. Распределение значений фактора «стоимость предложения» имеет очень высокое стандартное отклонение относительно среднего (297184,6), что и дало основание корректировки выборки. Доверительный интервал значений говорит о том, что с 95 % вероятностью средняя стоимость предложения объектов недвижимости попадет в интервал [205513 388856] и присутствующую в выборке максимальную стоимость в 6 млн. 383 тыс. руб. Исключив из анализа объекты, мы получили новую выборку (без учета выбросов), в которую вошли 157 объектов. В результате данной операции статистические характеристики количественных переменных, представленных в новой выборке, имеют следующий вид (табл. 1).

Дальнейший анализ осуществлялся по данным вновь сформированной выборки. Интервал значений качественных признаков — стоимости 1 м² внутренней площади включал четыре интервала: от 400 д. е. до 800 д. е., от 800 д. е. до 1200 д. е., от 1200 д. е. до 1600 д. е., от 1600 д. е. до 2000 д. е. Это сделано с целью получения более точных показателей корреляционной

связи между переменными.

В качестве показателя корреляционной связи между *номинальными переменными* (место расположения объекта (район и улица), тип помещения, этаж, вид помещения)) и зависимой переменной (стоимость за 1 кв. м) использовался коэффициент Крамера (Cramer's V). Данный коэффициент основан на использовании критерия Хи-квадрат и является наиболее подходящим для анализа взаимосвязей между переменными, имеющими качественную шкалу. В качестве меры связи между *порядковой переменной* «качество отделки» и зависимой переменной использован коэффициент Gamma.

Мерой связи для *переменных с количественной шкалой* (стоимость предложения и площадь) служил коэффициент корреляции Пирсона, применяемый для количественных шкал, имеющих нормальное распределение значений (нормальность распределения установлена с помощью теста Колмогорова-Смирнова). Кроме того, для каждой пары переменных проведена проверка на статистическую значимость связи указанных независимых переменных с зависимой. Методом проверки служил критерий Хи-квадрат. Уровень статистической значимости установлен — 0,05. Если значение критерия Хи-квадрат превышает указанный уровень, то можно утверждать, что статистически значимой зависимости между переменными не существует. Исходя из полученных данных сделан вывод о том, что наибольшая корреляционная связь зависимого признака наблюдается с такими факторами как «качество отделки» (-0,63), «название улицы» (0,48), «вид помещения» (0,36). Однако, фактор «название улицы» имеет довольно высокую связь с зависимой переменной, но статистическая значимость данной связи практически отсутствует (p — уровень равен 0,13, что больше уровня значимости 0,05). Такой результат говорит о том, что обнаруженная зависимость может не иметь содержательного

Таблица 1

Статистическое описание количественных переменных после удаления выбросов

	Valid N	Mean	Confidence –95 %	Confidence +95 %	Minimum	Maximum	Std.Dev.
Стоимость предложения	155	193453,2	160058,3	226848,2	20000,00	1000000	210461,3
Площадь	157	163,7	137,3	190,1	18,00	700	167,4
Стоимость за 1 кв.м	157	1228,3	1176,7	1279,8	560,00	2000	327,2

смысла и дальнейший анализ данного фактора следует производить с осторожностью. Кроме корреляционного анализа, важным моментом является измерение влияния независимых факторов на измеряемую величину (независимую переменную). Подобные измерения нами произведены методами одномерного дисперсионного анализа. С помощью данного анализа получены показатели статистической значимости влияния, которые показывают изменение каждого из факторов на зависимую переменную — p (уровень статистической значимости влияния фактора (критический уровень устанавливаем равным 0,05)). Также в процессе применения одномерного дисперсионного анализа получена мера связи фактора и зависимой переменной **Eta**, которая в отличие от обычного коэффициента корреляции показывает долю общей дисперсии, которую можно объяснить влиянием независимого фактора. Показатель **Eta** вполне можно использовать для количественной оценки вклада фактора. Распределение значений коэффициента **Eta** в виде гистограммы дано на рисунке 1.

Наибольший вклад в формирование стоимости за 1 кв. м объекта недвижимости оказывает качество отделки. Далее следует местоположение объекта, а точнее «название улицы». Интересно, что фактор районирования практически не влияет на формирование его стоимости объекта. Далее по уровню вклада следует вид помещения (жилое /нежилое). Следующее место влияния практически разделили такие факторы как «стоимость предложения» и «площадь». После проведения дисперсионного анализа, мы получили возможность определить факторы, которые будут включены в регрессионную модель. К таким факторам можно отнести следующие: название улицы; стоимость предложения; площадь; качество отделки; вид помещения (жилое /нежилое). Функциональная зависимость между переменными является линейной. В построении модели участвуют несколько независимых факторов, а значит, в анализе должна использоваться *множественная линейная регрессия*. Создание модели производилось обратным пошаговым методом — **Backward Stepwise** (исключение



Рис. 1. Распределение значений коэффициента Eta для каждого фактора, влияющего на рыночную стоимость недвижимости

наименее существенных факторов). На *нулевом шаге* в регрессионную модель вводились все пять факторов. На данном шаге было установлено, что переменная «название улицы» имеет наименьшее значение *t*-статистики (–1,67), коэффициент регрессии данной переменной не является статистически значимым (он больше уровня статистической значимости 0,05). По данным *первого шага* установлено, что параметры оставшихся переменных адекватны, и данные факторы можно включить в итоговую модель. Результатом проведения корреляционного анализа является уравнение множественной линейной регрессии вида:

$$Y = b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2 + \dots + b_n \cdot x_n + a, \quad (1)$$

где *n* — количество независимых переменных, обозначенных как *x*₁, *x*₂...*x*_{*n*};

*b*₁, *b*₂,... *b*_{*n*} — регрессионные коэффициенты (*B*);

a — константа (Intercept).

Введем условные обозначения переменных: *US* — стоимость за 1 кв.м (зависимая переменная); *C* — стоимость предложения; *S* — площадь; *K* — качество отделки; *R/UnR* — вид помещения (жилое- нежилое).

Итоговое уравнение регрессии для нашего случая с учетом значений регрессионных коэффициентов и константы будет иметь следующий вид.

$$US = 0,003 \cdot C - 3,864 \cdot S - 108,718 \cdot K + 211,694 \cdot R/UnR + 1136,145$$

Все коэффициенты уравнения статистически значимы — *p*- уровень меньше 0,05. Количественным показателем адекватности полученной модели служил коэффициент детерминации *R*², который показывает долю дисперсии, объясняемой данной моделью в общей дисперсии. Значения коэффициента детерминации могут находиться на отрезке [0;1]. Чем ближе значения коэффициента детерминации к 1, тем лучше построенная модель описывает реальную зависимость. Для полученной модели коэффициент детерминации равен 0,69. Построенная модель на 69 % объясняет изменение стоимости, что является довольно неплохим показателем. Мы учли также тот факт, что наличие в модели большого числа факторов может вызвать необоснованный рост коэффициента детерминации. Для устранения этого недостатка рассчитывался скорректированный коэффициент детерминации, в нашем случае он равен 0,68, что говорит о хороших пока-

зателях качества модели. Также построенная регрессионная модель статистически значима (*p*-уровень равен 0,00). О качестве построенной модели также можно судить по распределению остатков, а точнее по результатам проверки гипотезы о нормальности распределения остатков (рис. 2).

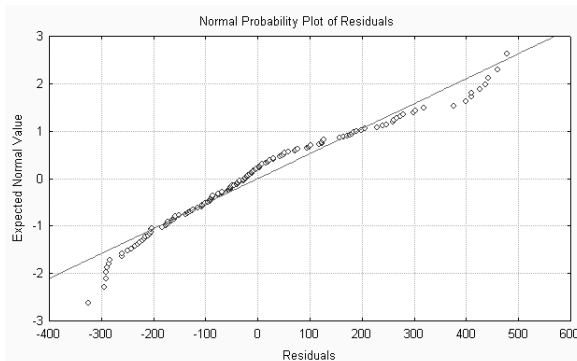


Рис. 2. Проверка гипотезы о нормальности распределения остатков

Видно, что точки расположены близко к прямой, а значит можно предположить, что остатки распределены по нормальному закону. Распределение остатков показывает, что регрессионная модель адекватна результатам наблюдений и может быть использована для прогнозирования. Результатом данных исследований является модель, позволяющая рассчитать *стоимость 1 кв. м* помещения объекта недвижимости по его характеристикам, получить так называемый *точный прогноз*. Причём, полученная при этом стоимость является наиболее вероятной, т. к. влияние случайных факторов уменьшено. Точность этой оценки зависит от двух факторов: достоверности базы данных и адекватности модели.

Кроме точного, можно вычислить *интервальный прогноз* стоимости объекта недвижимости. Для этого рассчитывается числовой интервал, в который с достаточно высокой вероятностью попадает истинное значение *стоимости 1 кв. м* оцениваемого объекта. Имея такой интервальный прогноз, эксперт получает нижнюю и верхнюю границы стоимости. Этого, конечно, недостаточно, чтобы сделать окончательное заключение о стоимости. Но в тоже время, полученные данные являются хорошим подспорьем для проверки результатов расчёта стоимости классическими методами экспертной оценки.



Для иллюстрации апробации модели, а также для описания процедуры определения стоимости объекта недвижимости с помощью полученной регрессионной модели, приведём следующий пример. Оценим с помощью модели объект недвижимости, имеющий следующие характеристики: стоимость предложения — 78000 руб.; общая площадь объекта — 58 кв.м; качество отделки — среднее (ремонт не требуется) (значение 2); вид помещения — не жилое (значение 2). Подставляя значение характеристик в уравнение модели, получим:

$$US = 0,003 \cdot 78000 - 3,864 \cdot 58 - 108,718 \cdot 2 + 211,694 \cdot 2 + 1136,145 = 1352,591 \text{ д. е.}$$

С помощью предложенной регрессионной модели получена величина стоимости 1 м² объекта недвижимости, равная 1352,591 д. е.

Сделаем интервальный прогноз — с вероятностью в 95 % значение зависимой переменной при параметрах, представленных выше, будет находиться в интервале от 981,372 до 1723,809 д. е. (табл. 2).

Вычислим относительную погрешность ε оценки с помощью регрессионной модели:

$$\varepsilon = ((1352,591 - 1345) \div 1345) \cdot 100 \% = 0,56 \%$$

Полученное значение погрешности свидетельствует об очень высоком качестве прогноза.

Таким образом, статистический анализ и построение регрессионных моделей в современных условиях имеют большое практическое значение в оценке рыночной стоимости недвижимости. Рекомендуется постепенно, как описано выше, подбирать формулу связи и состав факторных переменных, анализируя на каждом этапе качество полученной зависимости. Анализ качества обязательно должен включать как расчёт статистических показателей и критериев адекватности так и анализ логического смысла полученного уравнения регрессии. А именно, действительно ли значимыми оказались факторные переменные, важные с точки зрения теории, положительны или

Таблица 2

Результаты вычисления значения зависимой переменной по уравнению регрессии

	B-Weight	Value	B-Weight*Value
Стоимость предложения	0,003	78000,00	234,594
Площадь	-3,864	58,00	-224,099
Качество отделки	-108,718	2,00	-217,437
Жилое /нежилое	211,694	2,00	423,388
Intercept			1136,145
Predicted			1352,591
-95,0 %CL			981,372
+95,0 %CL			1723,809

Величина интервального прогноза зависит от качества и количества исходной статистической информации. Реальная стоимость за 1 кв.м объекта с указанными параметрами составила 1345 д. е.

отрицательны коэффициенты, показывающие направление воздействия этих факторов, попали ли рассчитанные значения коэффициентов регрессии в предполагаемые по теоретическим соображениям интервалы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Грибовский С.В. Оценка недвижимости для налогообложения. М.: Бюллетень НП СМАО «Оценочная деятельность», №1, 2007
2. Григорьев В.В., Федотова М.А. Оценка предприятия: теория и практика. М.: ИНФРА-М, 1997. С. 320.
3. Грязнова А.Г., Федотова М.А., и др. Оценка бизнеса. М.: «ФиС», 2005 г.
4. Цымбаленко С.В. и др. Статистика финансов АПК. Учебное пособие для ВУЗов. М.: «ФиС», 2006.
5. Цымбаленко С.В., Красовский В.М. Оценка стоимости имущества и процессы функционирования рынка недвижимости. Вестник СевКавГТУ, серия «Экономика», №2. Ставрополь, 2005.

ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ КАК МЕХАНИЗМ УКРЕПЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ВУЗА

Вступивший в действие Федеральный закон № 275-ФЗ «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций» (далее Закон) расширяет возможности финансовой самостоятельности образовательных учреждений. Вузы получили дополнительный, принципиально новый источник финансирования уставной деятельности — целевой капитал, или, как принято называть его на Западе, эндаумент.

В дословном переводе с английского эндаумент означает вклад, пожертвование, дарование. Под эндаументом подразумевают фонд, сформированный из добровольных пожертвований в виде денежных средств или имущества с целью аккумулирования, последующего инвестирования и получения дополнительного дохода. Весь получаемый доход, или какая-либо его часть, расходуется на текущие цели организации, сформировавшей эндаумент.

В [5] приводится следующее определение: «эндаумент — бессрочный дар в виде денежных средств или имущества, переданной организации на специальные цели. Эндаументы могут быть вложены в фиксированные (основные) активы или инвестированы с целью получения дохода для финансирования деятельности организации — получателя».

Обратимся к определению, приведенному в Законе: «...целевой капитал некоммерческой организации — сформированная за счет пожертвований, внесенных жертвователем (жертвователями) в виде денежных средств, часть имущества некоммерческой организации, переданная некоммерческой организацией в доверительное управление управляющей компании для получения дохода, используемого для финансирования уставной деятельности».

В [4] эндаументом называют неделимый инвестиционный актив в виде денег, ценных бумаг, а возможно, недвижимого и иного

имущества, передаваемых некоммерческим организациям юридическими или физическими лицами в качестве благотворительной помощи. Инвестируется в акции, ценные бумаги или недвижимость, так чтобы некоммерческая организация могла получать ежегодный доход в виде процентов, ренты или прибыли, не затрагивая «тело» эндаумента.

«Телом» эндаумента принято называть основную, не растрачиваемую часть. Такое разделение имеет исторические обоснование, в 14–15 веках в Англии эндаументами называли земельные участки, принадлежащие церкви, а их суть отражала получаемая рента. Основная, не растрачиваемая часть оставалась неизменной, расходованию подлежал доход, получаемый от земельных участков.

Один из самых крупнейших эндаументов в мире, принадлежащий Гарвардскому университету, ведет свою историю с 17 века, когда 4 выпускника пожертвовали alma mater небольшой участок земли. В настоящее время, его размер превышает \$32 млрд., каждое из учебных подразделений (факультеты, колледжи, бизнес-школа), входящее в состав университета реализует собственные программы по привлечению финансовой помощи. Таким образом, эндаумент Гарвардского университета — совокупность разнообразных эндаументов, отличающихся между собой по целям создания, условий расходования, периоду использования или, например, принадлежности тому или иному структурному подразделению.

Неслучайно и использование термина «эндаумент — фонд». Фонд подразумевает денежные и материальные средства, сосредоточенные в единую совокупность для использования их в определенных целях. В англо-русском толковом словаре по банковскому делу, инвестициям и финансовым рынкам под редакцией Я.М. Миркина [3] эндаумент — фондом назван фонд де-



нежных средств, доходы от инвестирования в которых направляются на благотворительные цели.

С общих позиций, эндаумент и эндаумент — фонд синонимичны. Взаимозаменяемость терминов целевой капитал и эндаумент оправдана, поскольку едина идеологическая основа — аккумуляция на безвозмездной основе поступившей материальной и денежной помощи с целью последующего инвестирования и получения инвестиционного дохода.

Выделим ряд отличительных особенностей эндаумента от целевого капитала: во-первых, эндаумент может формироваться не только за счет денежных средств, но и ценных бумаг, недвижимого и иного имущества и т. д. В России целевой капитал формируется исключительно за счет денежных средств. Если, например, в будущем будет разрешено пополнять целевые капиталы ценными бумагами и недвижимостью, то необходимо будет решить проблемы с механизмом оценки стоимости пожертвований (с точки зрения временных затрат, оплаты услуг оценщиков и т. д.), оформления и последующей регистрацией прав на недвижимость, договоров доверительного управления и т. д.

Второе отличие целевого капитала от его западного аналога заключается в том, что перечень объектов, в которые могут быть размещены полученные пожертвования, определен Законом. Эндаумент может быть размещен исходя из инвестиционных предпочтений собственника.

Третье отличие заключается в том, что эндаумент может управляться, т. е. инвестироваться самостоятельно организацией, его сформировавшей. Российский Закон предусматривает обязательную передачу собранных средств управляющей компании, т. е. вуз не вправе управлять полученными пожертвованиями, если речь идет о целевом капитале. Любые другие пожертвования, не предназначенные для формирования или пополнения существующего целевого капитала, управляются и расходуются по усмотрению организации, их получившей. В диалоге «вуз — управляющая компания» последнее, решающее слово в выборе объектов инвестирования остается за управляющей компанией. Вузу уготована лишь роль наблюдателя за всеми перипетиями на фондовом рынке за лучшую доходность. Лишь по завершении очередного периода управления, некоммерчес-

кая организация получит в свое распоряжение денежные средства, которые и распределит между получателями дохода от целевого капитала. Итоговая сумма к распределению будет уменьшена за счет выплаты вознаграждения управляющей компании, оплаты услуг доверительного управления и административно-управленческих расходов.

Попутно отметим и проблему ограниченной финансовой самостоятельности вузов в использовании как бюджетных, так и внебюджетных средств. В соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации основанием для получения бюджетных средств вузами является смета доходов и расходов, утвержденная главным распорядителем средств федерального бюджета по разделу «высшее образование». В смете доходов и расходов отражаются все доходы вуза, получаемые как из бюджета, так и от предпринимательской и иной приносящей доход деятельности. Государственные образовательные учреждения не вправе расходовать денежные средства на цели, не предусмотренные сметой, а также превышать сметные назначения. При этом на внебюджетные средства распространен порядок санкционирования расходов в разрезе кодов экономической классификации, применяемый в отношении бюджетных средств, который зачастую приводит к невозможности своевременного и самостоятельного (без разрешения главного распорядителя бюджетных средств) использования внебюджетных средств.

Основное отличие целевого капитала от остальных видов пожертвований заключается в его долговременном использовании, т. е. средства благотворителей «ориентированы» на длительный период. Решения, принятые по вопросам управления целевым капиталом сегодня, ныне живущим поколением, окажут влияние на финансовую стабильность будущих. Формируется своеобразная связь времен: пожертвования для нынешних пользователей целевого капитала аккумулируются и приумножаются за счет инвестиционных операций для будущего поколения. Университету предстоит решить в каком объеме и на что, а главное, в какое время (сейчас или в будущем) израсходовать имеющиеся в распоряжении средства. Решения, принятые по вопросам управления целевым капиталом сегодня, ныне живущим поколением, окажут влияние на финансовую стабильность будущих поколений.

Задача не тривиальная. Например, как оценить целесообразность увеличения расходов из средств целевого капитала университета на разработку новых учебных программ? Очевидны траты, а при неблагоприятной ситуации на фондовом рынке возможно и уменьшение целевого капитала. Однако, с точки зрения будущего поколения, подобные расходы это шанс увеличить поток пожертвований за счет студентов, принятых на новые программы, «оплаченных» из целевого капитала предыдущего поколения.

Можно представить и другую картину. В целях накопления полученных пожертвований наблюдается недофинансирование текущей деятельности. Через какое-то время, негативный эффект проявится в виде оттока профессорско-преподавательского состава, студентов, жертвователей и т. д.

Должен выполняться принцип «справедливости с точки зрения разных поколений», согласно которому настоящее и будущие поколения пользователей целевого капитала должны иметь равные возможности в его использовании, что, на деле означает эквивалентность денежных сумм прошлого и настоящего с учетом различных факторов, прежде всего инфляции.

Однако и частичное расходование дохода от доверительного управления таит в себе опасность нарушения справедливости. Все дело в том, что наряду с инвестиционным доходом, целевой капитал может увеличиваться за счет притока новых пожертвований. Учет фактора будущих пожертвований играет немаловажную роль, что демонстрирует следующий пример. Предположим, что в семье двое детей, между которыми родители решают разделить определенную сумму. Получив одинаковые доли, дети будут находиться в равных условиях. Если же после раздела денег, родители решат материально помогать только одному ребенку, то, очевидно, что через какое-то время суммы детей не будут совпадать. Так и будущие пользователи будут обладать большими возможностями по сравнению с предыдущими поколениями, если размер ежегодных расходов целевого капитала будет несоизмеримо меньше, чем объем поступающих пожертвований.

В таблице представлены достоинства и недостатки формирования целевого капитала.

Таблица

Анализ целевого капитала

Достоинства	Недостатки
Дополнительный источник финансирования вуза	Формирование целевого капитала, управление и задача его преумножения требуют значительных затрат
Рассчитан на долговременное использование	Положительный эффект от формирования проявляется не сразу
Возможность преумножения полученных пожертвований за счет эффективного управления	Необходимо привлечение высококвалифицированных специалистов в различных областях знаний (налогообложения, инвестиций, фандрайзингу)
Повышает финансовую стабильность вуза	Требует отдельного бухгалтерского учета. Обязателен ежегодный аудит (в зависимости от балансовой стоимости)
Деятельность вуза становится «прозрачной»	Необходимы внутренние организационные преобразования
Укрепляются связи с жертвователями, усиливается «обратная связь»	Налаживание каналов взаимодействия с жертвователями требует времени и затрат

Законодательно разрешены два варианта формирования целевого капитала: согласно первому, некоммерческая организация самостоятельно учреждает целевой капитал и является одновременно получателем доходов от его инвестирования (рис. 1).

Этот вариант могут выбрать только фонды, автономные некоммерческие организации, общественные организации, общественные фонды или религиозные организации. Закон регламентирует не только организационно-правовые формы некоммерческих организаций, которые могут создавать целевой капитал, но и сферу их деятельности (образование, наука, здравоохранение, культура, физическая культура и спорт (за исключением профессионального спорта), искусство, архивное дело, социальная помощь (поддержка)).

В соответствии с Гражданским кодексом РФ, Федеральным законом «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 г. №7-ФЗ высшие учебные заведения могут создаваться только в одной организационно-правовой форме — в форме учреждения. Поэтому, учреждения, по Закону о целевом капитале, не могут само-

стоятельно формировать целевой капитал. Вместе с тем, вузы могут выступать в качестве получателей дохода от целевого капитала, который будет сформирован специализированной организацией в организационно-правовой форме фонда. Специализированная организация имеет специальную правоспособность, т. е. она вправе совершать только те действия, которые направлены на формирование целевого капитала, использование, распределение дохода от целевого капитала в пользу иных получателей дохода. Это второй вариант формирования целевого капитала (рис. 2).

В дискуссиях российской общественности, посвященных принятию Закона о целевом капи-

тале, активно обсуждается вопрос о готовности потенциальных благополучателей формировать целевой капитал с точки зрения организационной зрелости, наличия необходимых ресурсов (финансовых, материально-технических, информационных и иных). Можно согласиться с мнением, что «...финансирование образовательного учреждения это фактически инвестиции в предприятие с целью повышения качества «продукции», которую он выпускает. Поэтому, образовательному учреждению необходимы не просто деньги, но и менеджерские навыки, которые позволят этими деньгами управлять».

Под управлением целевым капиталом будем понимать целенаправленные воздействия

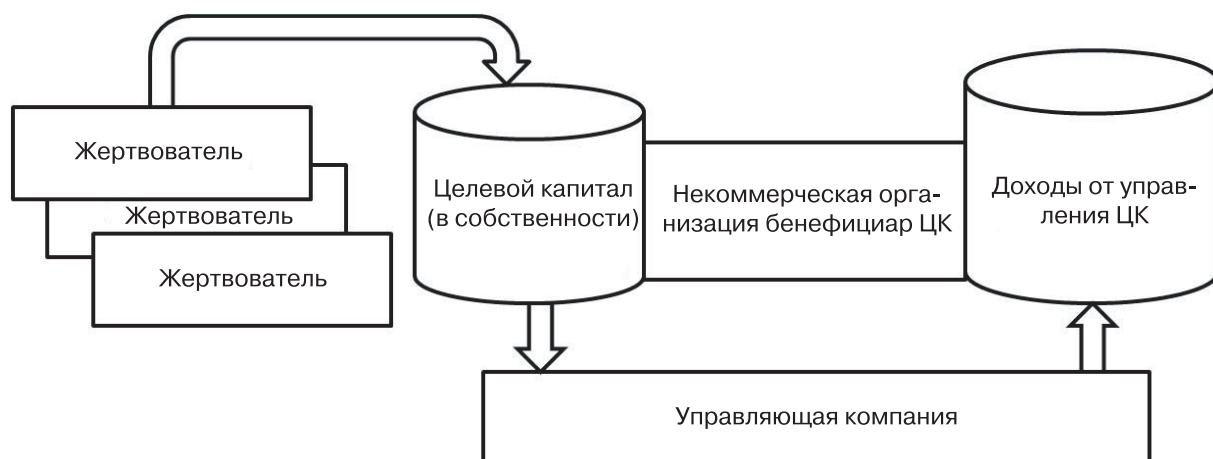


Рис. 1. НКО — собственник целевого капитала и бенефициар

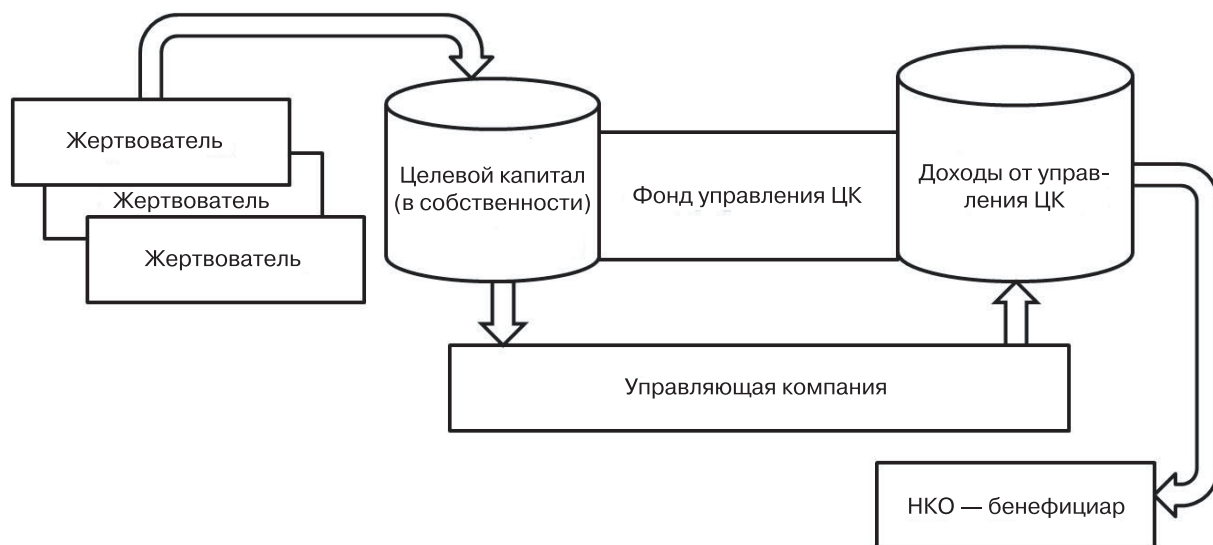


Рис. 2. Фонд управления целевым капиталом и НКО — бенефициар

управляющего органа на объект управления (целевой капитал). Принципиально важным является продуманная направленность воздействий, т.е. достижение требуемого (желаемого) состояния за определенный промежуток времени. Под желаемым состоянием будем понимать увеличение размера целевого капитала на планируемую величину за определенный промежуток времени. Увеличение целевого капитала может быть осуществлено за счет инвестиционных операций и поступления новых пожертвований.

Рассмотрим процесс формирования целевого капитала во времени, за точку отсчета примем «принятие решения о формировании целевого капитала». Контрольная точка — «государственная регистрация необходимых учредительных документов». Как уже было отмечено, вузы могут формировать целевой капитал через специализированную организацию в организационно-правовой форме фонда. Следующая точка «начало сбора пожертвований». Период времени между установленными точками будем называть «подготовительным».

После того как размер пожертвований превысит 3 млн. руб., целевой капитал, со-

гласно Закону, считается сформированным и в течение двух месяцев он должен быть передан в доверительное управление управляющей компании. Поэтому очередная контрольная точка — «превышение суммы в 3 млн. руб.», и, соответственно, следующая — «передача целевого капитала в доверительное управление». Этап «формирование целевого капитала» завершен и начинается этап «управление целевым капиталом».

Следует принять во внимание, что первоначальное формирование, управление и решение задачи приумножения целевого капитала требуют значительных затрат. На рис. 3 представлен процесс формирования целевого капитала. Адекватная оценка ресурсной базы вуза, определение целей и задач формирования целевого капитала позволит избежать пустой траты времени и сил.

Успешное управление целевым капиталом, подразумевающее его регулярное увеличение, зависит от грамотного управления инвестициями и разумного определения нормы трат. Первое означает, что деятельность управляющей компании, выбранной вузом, приносит регулярный доход, второе — то, что образова-

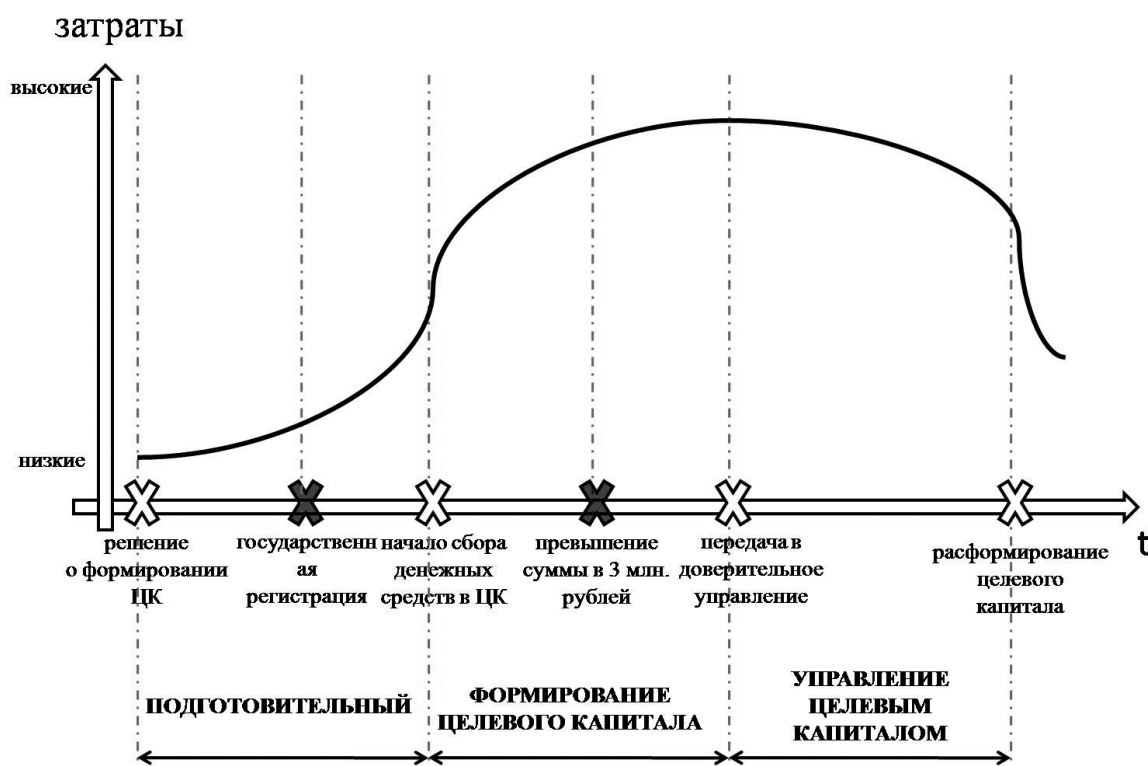


Рис. 3. Формирование целевого капитала



тельное учреждение нашло «золотую середину» между финансированием текущей деятельности за счет доходов от целевого капитала и задачей его сохранения и приумножения для будущих поколений.

Необходимость инвестирования получаемых пожертвований накладывает особый отпечаток на взаимоотношения «некоммерческая организация — жертвователь», поскольку предполагает заинтересованность последнего в судьбе своих «инвестиций». Принимая решение о передаче денежных средств, жертвователь желает получить подтверждение того, как полученные деньги повлияют на будущее университета. Вузы должны быть прозрачны и разговаривать с потенциальными меценатами на одном языке.

Можно провести аналогию с миром бизнеса, в котором доступность информации о деятельности организации, а также партнерские обязательства перед инвестором, являются нормой для получателей инвестиций. Ведь жертвователь должен знать цели, на которые будут расходоваться полученные средства, каков размер планируемого целевого капитала, как выстроена система финансового контроля и отчетности, какие достигнуты результаты в прошлом и какие прогнозируются результаты в будущем и т. д.

Отметим еще один аспект взаимодействия вузов и потенциальных жертвователей — малочисленность последних. В России ее не получила модель массовой благотворительности, в которую, наряду с крупными компаниями, вовлечены представители среднего бизнеса, население. Директор Государственного Эрмитажа М.Б. Пиотровский обращает внимание на то, что крупный бизнес готов выделять значительные пожертвования на науку и культуру, но многие уже сделали выбор и не ищут новые объекты для финансовой помощи. Всплеск интереса к целевому капиталу во многом связан с образованием, но создав целевые капиталы для своих подопечных, крупные компании вполне могут остановиться, и окажется, что желающих инвестировать в целевой капитал не так много.

В практике западных университетов, значительную долю новых поступлений в эндаументы обеспечивают пожертвования выпускников и их родителей. Небольшие суммы от многочисленных жертвователей, регулярно

поступающие в существующие или вновь создаваемые эндаументы, в итоге складываются в многомиллионные капиталы. Успех в сборе денежных средств и другого вида помощи обеспечивается устоявшимися каналами взаимодействия с выпускниками, наличием четкой стратегии и программами по сбору пожертвований, а также информационной открытостью: какие результаты достигнуты, сколько пожертвований удалось собрать, куда планируется инвестировать. Российским образовательным учреждениям придется создать или модернизировать существующие каналы взаимодействия с выпускниками, определив в качестве приоритетной цели — вовлечение заинтересованных лиц в укрепление финансового благополучия вуза.

Рассмотрим пример. Предположим, что некоммерческая организация приняла решение сформировать целевой капитал в размере \$10 млн. Ожидается, что доходность инвестиционных операций составит 20 %. В этом случае доступные для расходования средства \$2 млн. ($= 0,2 \cdot \10 млн.). Если будет израсходован весь полученный доход, то на следующий год целевой капитал будет равен \$10 млн., что, с учетом инфляции (12 %), составляет меньшую сумму по сравнению с прошлым годом. Принцип «справедливости с точки зрения разных поколений» не выполняется. Таким образом, для того, чтобы сохранить в прежнем объеме сформированный целевой капитал нельзя полностью расходовать полученный доход. Следует разделить доход на две части: расходуюмую и реинвестируемую, предназначенную для защиты целевого капитала от обесценивания вследствие инфляции.

Допустим, что вуз решил учитывать инфляцию (12 %) и расходовать получаемый доход лишь частично. Как и прежде, считаем, что доходность составит 20 %. В какой пропорции следует разделить доход? Какую часть реинвестировать, а какую потратить? Если предположить, что половина полученного дохода будет направлена в целевой капитал для восполнения потерь от инфляции, то сумма доступных к расходованию средств будет составлять \$1 млн. Следовательно, если частично расходовать лишь инвестиционный доход, то защита от обесценивания денежных средств инфляцией будет обеспечена за счет сокращения объемов финансирования.

Если вуз примет решение оставить финансирование на прежнем уровне (\$2 млн.), учитывать инфляцию (12 %) и получать доход от инвестирования в размере 20 % ежегодно, то это фактически означает необходимость увеличения размера целевого капитала. В этом случае \$2 млн. будет направлено на финансирование текущих операций, а оставшаяся часть дохода должна «вернуться» в целевой капитал. Требование увеличения целевого капитала можно смягчить, если разрешить расходовать не только доход, но и «основную» часть, т. е. установив постоянство размера ежегодных трат. Разумеется, что ежегодные расходы необходимо индексировать с учетом темпов инфляции.

Каждый год целевой капитал увеличивается за счет инвестиционного дохода, поступления новых пожертвований и уменьшается вследствие выплат получателям дохода от целевого капитала, административно- управленческих расходов и расходов, связанных с доверительным управлением, инфляции.

Исходя из реалий российского фондового рынка, норм Закона о целевом капитале, а также вышеуказанных замечаний, доходность инвестиционных операций должна: во-первых, превышать существующий уровень инфляции. Во-вторых, быть достаточной для того, чтобы из полученного дохода можно было выплатить вознаграждение управляющей компании, оплатить административно-управленческие расхо-

ды и расходы по доверительному управлению. И, наконец, в-третьих, должна обеспечивать возможность бесперебойного финансирования выбранных направлений деятельности образовательного учреждения.

Подводя итог, отметим следующее. Целевой капитал не может стать единственным источником пополнения бюджета вуза, это, всего лишь, один из дополнительных механизмов, как правило, создаваемый для поддержки отдельных направлений деятельности. Мировой опыт свидетельствует о том, что доходы от эндаументов направляются на материальную поддержку одаренных студентов, поощрение профессорско-преподавательского состава, финансирование научных исследований, пополнение университетского библиотечного фонда, реализацию специальных образовательных, социальных, спортивных и других программ.

Реформа высшего образования невозможна без улучшения системы финансирования вузов, предоставления им большей самостоятельности. В настоящее время формируются новые источники финансирования вузов, среди которых особое место занимает целевой капитал. Формирование целевого капитала повышает уровень прозрачности деятельности вуза, улучшает качество менеджмента, способствует развитию стратегического планирования, укрепляет каналы взаимодействия с бизнесом, выпускниками и обществом в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон №275-ФЗ 30.12.2006 «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций»
2. Государственное регулирование сферы высшего профессионального образования/Под ред. д.э.н., проф. И.Ю. Беляевой, д.э.н., проф. М.А. Эскиндарова, М., 2006. С. 212.
3. Англо-русский толковый словарь по банковскому делу, инвестициям и финансовым рынкам.

Свыше 10000 терминов/ Я.М. Миркин, В.Я. Миркин. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. С. 424.

4. **Абанкина Т.В.** Целевой капитал (эндаумент) — уже в России. Комментарий к Федеральному закону «О порядке формирования и использования целевого капитала некоммерческих организаций»// www.tpprf.ru/img/uploaded/2007081015082426.doc

5. Dictionary of finance and investment terms/ John Downes, Jordan Elliot Goodman - 4th ed.



ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

Социально-экономические преобразования, происходящие в России, влияют на все сферы жизни, затрагивая и область высшего образования. Все большей реальностью становится совмещение студентами дневной формы обучения работы и учёбы. Это создаёт определенные проблемы для студентов, преподавателей и для всей системы обучения. Это требует проведения специальных исследований рассматриваемого контингента студентов как задачу социологии.

Целевой функцией социологии, как и любой научной дисциплины, является теоретико-познавательная, связанная с изучением общества, его структуры, закономерностей, тенденций развития и функционирования. Социология накапливает знания, систематизирует их, стремится составить наиболее полную картину социальных отношений и процессов в современном мире. Вместе с тем развитие социологического знания происходит как на основе внутреннего совершенствования теоретической социологии, так и в результате динамичного развития самого объекта познания — социальной действительности. В этой связи особую роль играет эмпирическая социология и непосредственно связанные с ней теории среднего уровня. Эмпирические социологические исследования обеспечивают прирост новых знаний о действительности путем обнаружения новых фактов и тенденций изменения отдельных сфер общественной жизни. Эти исследования реализуют теоретико-познавательную функцию, позволяя получить первичные данные об индивидах и общностях (их потребностях, интересах, ценностных ориентациях, мотивах поведения, общественном мнении). Благодаря этому создается информационная база для познания социальной действительности. Кроме того, эмпирические социологические исследования позволяют выявить новые закономерности и тенденции развития общества и его отдельных сфер и тем самым существенно обогатить общесоциологическую теорию (особенно это характерно для повторных эмпирических исследований, которые осуществляются по сопоставимым методикам) [1].

Наиболее распространенным методом сбора социальной информации является опрос [1, 2]. Понятие опрос означает совокупность методов получения информации об изучаемом объекте. Он осуществляется путем коммуникации между исследованием и респондентом в форме “вопрос-ответ”. [3]

В нашем случае, использовался такой вид социологического опроса, как анкетирование. Социологическая анкета — это объединенная единым исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление характеристик изучаемого объекта. Чтобы анкета могла дать достоверную информацию, надо соблюдать ряд правил и принципов ее конструирования. И, прежде всего, учитывать особенности различных вопросов, из которых она состоит. Вопрос анкеты — это обращение к респонденту с целью получения от него информации по теме исследования. Вопросы отражают интерпретацию исследователями основных понятий исследования. Анкета — это своего рода сценарий беседы с респондентом.

Анкетный опрос — один из основных видов социологического опроса.

В опросе участвовали группы студентов дневной формы обучения из университетов: Государственного университета аэрокосмического приборостроения (ГУАП) и Высшей школы экономики (ВШЭ). Все опрошенные являются студентами третьего курса экономических специальностей [4].

Содержание анкеты было направлено на выяснение таких аспектов жизни студентов как необходимость совмещать учебу с работой студентам — дневникам, выяснение основных целей устройства на работу, возможных форм распределения времени между работой и учебой и приемлемого режима работы. Кроме того, изучались вопросы использования своей работы как источника материала для выполнения плановых учебных заданий, перспектив работы в этой же фирме после защиты дипломного проекта, роль родственников в трудоустройстве, уровень доходов родителей и пр.

Ответы на вопросы, которые дали студенты экономических специальностей, показали,

что большинство студентов в той или иной мере уже заняты поиском работы и считают, что работать надо начинать с 3 или 4 курса; студенты стараются найти работу не только для заработка денег, но и получения навыков по специальности; но в тоже время многим хочется работать в режиме гибкого графика, чтобы не наносить вред учебе. Студенты озабочены необходимостью совмещения столь различных видов деятельности и хотели бы распределять время между учебой и работой более рационально и использовать работу как источник материала для выполнения своих курсовых и дипломных работ. Студенты стараются самостоятельно найти работу и в последствии многие из них хотят остаться в России и продолжить здесь работать после окончания университетов.

Проблемы, с которыми сталкивается студент дневной формы обучения, при поиске работы проявляются в нежелание брать на работу неквалифицированных работников, неудобном предлагаемом графике работы, недостаточной информации учащихся по поводу рабочих мест; встречающимся иногда нежеланием преподавателей принимать долги из-за пропуска занятий и не всегда удобным расписанием занятий в ВУЗе.

Но одновременно, кроме перечисленных организационных проблем, были выявлены проблемы учебно-методического характера, которые в значительной мере зависят от содержания и особенностей проведения учебного процесса в ВУЗе. Так было выявлено, что на занятиях в университетах практически не рассматривают реальные ситуации, происходящие на предприятиях, а организация учебного процесса, как правило, не учитывает специфику работающих студентов и острую необходимость самостоятельного получения студентами-дневниками практических навыков работы и навыков менеджмента еще в период обучения на дневном отделении ВУЗа.

Все эти факторы желательно учитывать при организации учебного процесса. По нашему мнению, с учетом новых тенденций, повысить эффективность обучения студентов можно усилив и усовершенствовав три основные направления в учебном процессе.

1. Включением реальных ситуаций в учебный процесс.

При переходе к экономике рыночно-предпринимательской ориентации в центре современ-

ного менеджмента оказалась проблема гибкости и адаптивности к постоянным изменениям внешней среды, которые нередко диктуют стратегию и тактику организаций. В этих условиях возрастает значение ситуационного подхода к управлению, согласно которому организация есть не что иное, как ответ на различные по своей природе воздействия извне. Такой подход предполагает создание системы управления, ориентированной на повышение роли организационной культуры и нововведений, на мотивацию работников и их обучение.

В последние годы многим стало ясно, что традиционные методы управления нуждаются в обновлении. В сфере бизнеса рост неопределенности со стороны внешнего окружения, экономические и политические потрясения порождают призывы к радикальным изменениям. Тем не менее, нужно отметить, что изменить самих себя — дело не менее важное, чем изменить организации. П.Сенге утверждает, что организации работают так только потому, что мы сами работаем и думаем не лучше. Только изменив наш способ мыслить и взаимодействовать с другими людьми, мы сможем изменить политику и практику управления. Мы сможем прийти к новой способности координировать наши действия и к новому взаимопониманию только через изменение нашего способа общаться друг с другом [5].

Новой парадигме менеджмента соответствуют сформулированные в конце XX века принципы управления, в которых главное внимание обращается на человека как на ключевой ресурс организации и на создание условий для реализации его потенциала и способности к совместной, эффективной работе. Это стимулирует внимание к организационной культуре, демократизации управления, честности и доверию к людям, коммуникациям, стилю руководства.

Сегодня очевидно, что предприятия для выживания на рынке и сохранения конкурентоспособности должны время от времени вносить изменения в свою хозяйственную деятельность. Более того, потребность в изменениях: стала возникать столь часто, что их влияние на жизненный цикл предприятия уже не рассматривается как исключительное явление. В управленческой практике все больше внимания уделяется анализу методов и организационным возможностям управления изменениями («менеджменту изменений»).



Концепция управления изменениями охватывает все запланированные, анализируемые и контролируемые перемены в области стратегии, производственных процессов, структуры и культуры любой социально-экономической системы, включая частные и государственные предприятия. «Менеджмент изменений» занимается специфическими вопросами управления предприятием, включая организационные, кадровые, коммуникационные и информационные аспекты. Принципиально важный вопрос заключается в следующем: как предприятие может противостоять изменениям внешней среды (возникающему часто, но нерегулярно и практически непредсказуемо), а также с помощью предварительных мер или ответной реакции сохранять свою жизнеспособность и достигать намеченных целей? Компания должна постоянно следить за основными компонентами окружающей системы и делать выводы относительно своих потребностей в переменах.

Все это должно находить отражение при использовании в учебном процессе метода кейсов (метод практических ситуаций), где должны содержаться современные проблемы управления. Причем студенты должны приобретать не только навыки анализа ситуаций, но и самостоятельно видеть новые ситуации и их формировать и анализировать.

2. Распространение обучения действием.

В процессе обучения действием создается безопасная основа, на которой можно бороться с неопределенностью будущего. В обучении действием самое важное — обеспечение возможностей для изменения собственного поведения и поведения предприятия, ориентированного на решение реальных проблем. Это связано с риском, но способно принести достойную награду.

Можно выделить ряд основных проблем, связанных с обучением действием, в академических образовательных учреждениях [6]. Основная проблема связана с тем, что академические институты функционируют для того, чтобы совершенствовать и распространять знания. Существующая в них система ценностей и карьерного продвижения вознаграждает отличную исследовательскую и преподавательскую работу, которая оценивается на основе количества публикаций, докладов на конференциях и экзаменационных оценок. Роль «эксперта-преподавателя» или исследователя в академическом

контексте предполагает соответствие таким определениям, как «центр совершенствования», «ведущий авторитет в области».

Поскольку средства академических учебных заведений достаточно ограничены, предпочтение отдается традиционным методам обучения, преобладанию больших групп платной и заочной форм обучения. В подобных условиях при использовании обучения действием необходимо создать атмосферу доверия и благосклонного отношения к этому подходу с профессиональной, интеллектуальной и административной точек зрения. При этом главной задачей является обеспечить признание обучения действием заслуживающей доверия философией, полностью подходящей для использования в обучающем процессе.

Для этого необходимо дать преподавателям возможность переключиться с роли «учителя-эксперта» на «помощника в обучении», когда студентам позволительно делать ошибки, что не расценивается как вина преподавателя и потеря контроля над процессом обучения. При этом самым сложным моментом является задача изменения существующей системы ценностей на уровне образовательного учреждения в целом и отдельных факультетов. Тем не менее, практика применения метода обучения действием в академических образовательных учреждениях дала множество положительных результатов, отвечающих всем необходимым требованиям.

Но роль «помощника в обучении» требует наличия совершенно иных навыков в преподавании у педагогического состава. Так, становится сложно готовиться к занятиям, возникает неуверенность и нервозность, а иногда страх перед ситуациями, которые могут возникнуть.

В тоже время происходят изменения и в ожиданиях студента. Предлагаемый подход к обучению хорошо воспринимается студентами-менеджерами определенного типа, которые часто совмещают работу с обучением. Этих менеджеров интересует практическая сторона обучения, и им нравится подход, ориентированный на реальную, а не учебную проблему. Однако часто он подвергается суровой критике, поскольку принцип обучения действием не предполагает пассивного восприятия знаний. Он нацелен на активную позицию обучаемого, который сам в процессе обучения способен сформировать необходимые практические навыки для решения сложных проблем, с кото-

рыми реально сталкиваются студенты. Таким образом, сам процесс обучения играет важную роль в формировании ожиданий.

Эти проблемы могут быть решены только в случае развития преподавателей и создания «открытой» и сплоченной команды единомышленников. Применение принципа обучения действием предполагает изменение «культуры преподавания»: от преподавания — к обучению [6].

3. Внедрение управления знаниями.

Управление знаниями необходимо для того, чтобы создавать ценность путем серьезного обучения, определения возможностей их повторного использования и регулирования процессов их генерирования и передачи.

Основной идеей обучения в действии, т. е. организационного обучения, является организация групп для того, чтобы у каждой из них были две задачи: одна — решить проблему или выполнить проект; другая — обучаться в процессе выполнения задач, сделать полученные знания достоянием всех участников, представить полученный материал руководству для последующего использования [7].

Самая трудная задача организационного обучения состоит в том, чтобы воспитать в компании культуру, благодаря которой каждый работник был бы способен проявлять инициативу, делиться с другими информацией или

опытом, принесшими успех лично ему, нести ответственность за поставленные задачи, даже если видимый результат ему не принадлежит.

Управление знаниями должно акцентировать внимание на том, чтобы знания были доступными всем, кому они могут быть полезны. Обучение — это восприятие, понимание и изменение знаний, которое является важной частью управления знанием. Знание можно купить или взять в аренду, но обучение — это процесс, который должен развиваться и поддерживаться. Доступ к знаниям является только одним необходимым условием для обучения. Любая обучающаяся группа или организация должны иметь «общее видение», так как без общего понимания ясно сформулированных целей невозможно эффективно сотрудничать. Организацию необходимо видеть не только как совокупность дискретных групп или отделов, но и как сеть взаимоотношений и взаимодействий между ними. Посмотрев на схему взаимосвязей можно определить способы поощрения и улучшения обучения. Обучение наиболее эффективно там, где оно часть рабочей жизни, а не мероприятие, проводимое в изолированной классной комнате. Это высококвалифицированная человеческая деятельность и работающие студенты могут в учебном процессе развивать навыки управления знаниями и приобщиться к новой актуальной культуре управления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Коротков Э.М.** Исследование систем управления. М.: ООО «ДеКА» 2003. С. 336.
2. **Мыльник В.В.** и др. Исследование систем управления. Учебное пособие для вузов. М.: Академический проект, 2003. С. 352.
3. **Лукьянов В.Г., Сидоров С.А., Урсу И.С.** Социология: Учебное пособие. СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2004. С. 416.
4. **Лысов О.Е.** Социологические исследования: учеб. пособие / О.Е. Лысов; ГУАП. СПб., 2006. С. 144.
5. **Сенге П.** Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации / Пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 1999. С. 16.
6. **Шаш Н.Н.** Тренинги для повышения производительности труда / Н.Н. Шаш. - Москва: ГроссМедиа, 2006. С. 240.
7. **Мильнер Б.З.** и др. Управление знаниями в корпорациях. М.: Дело. 2006. С. 303.

*Варламов Г.В.*

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Современный этап развития мирового сообщества характеризуется возрастающей ролью образования, которое постепенно превращается в один из важнейших механизмов поддержания конкурентоспособности и лидирующего положения на мировых рынках, а также гаранта национальной безопасности. В первую очередь, это обусловлено переходом от экономики, базирующейся на использовании природных ресурсов, к экономике, основанной на знаниях, инновациях и высокоэффективных технологиях. Соответственно, в современной экономике будут преуспевать страны, обеспечивающие развитие системы образования с учетом современных тенденций и критериев, предъявляемых к качеству человеческого капитала, который, по оценкам экспертов, занимает до 80 % в национальном богатстве развитых стран.

Для экономики России принципиальное значение имеет поиск путей эффективного включения инновационных факторов в экономическое развитие страны и интеллектуализация производимых и экспортируемых услуг.

Поэтому формирование перспективной системы образования, соответствующей вышеперечисленным тенденциям, является сегодня одной из важнейших задач развития высшего профессионального образования в России, на решение которой направлены национальный проект «Образование», «Федеральная целевая программа развития образования на 2006–2010 годы», реализация принципов Болонской процесса и др.

Конкурентоспособность системы образования в современных условиях может быть обеспечена посредством развития международного сотрудничества, важнейшим аспектом которого являются образовательные услуги. По данным экспертов, доля международных образовательных услуг на рынке услуг в 2005 г. составила около 2 % и в последние десятилетия имеет устойчивую тенденцию к увеличению.

Развитие международных образовательных услуг, и интернационализация образования в целом, приобретают решающее значение в формировании человеческого капитала. В первую очередь, это объясняется тем, что мировые рынки труда становятся все более открытыми и менее национально обособленными. Формируются трудовые ресурсы нового типа, для которых устанавливаются новые требования к компетенциям и квалификационным характеристикам.

В связи с последним, актуальным является выявление, так называемых, ключевых компетенций. В академическом контексте под компетенцией обычно понимают «владение методологией и терминологией, присущими определенной области знаний, а также понимание действующих в этой области системных взаимосвязей и способность определить их аксиоматические пределы» [1]. В общем смысле компетенция обычно связана с вопросами социального взаимодействия, где особенно важны навыки сотрудничества и приспособления. Именно эти качества обуславливают руководящие и инновационные способности получивших высшее профессиональное образование специалистов. Следовательно, от них зависит успешность взаимодействия специалиста с другими участниками рынка труда и возможность получения работы.

Понимая под ключевыми такие компетенции, которые «относятся к общему (метапредметному) содержанию образования», различные авторы по-разному понимают их содержание [2]. Так, А.В.Хуторской относит к ключевым ценностно-смысловую, общекультурную, учебно-познавательную, информационную, коммуникативную, социально-трудовую и личностную компетенции. В свою очередь И.А. Зимняя выделяет 10 ключевых компетенций, которые можно разделить на три группы, а именно компетентности, относящиеся [3]:

- к самому себе как личности, субъекту жизнедеятельности (компетенции здоровьес-

бережения, ценностно-смысловой ориентации в мире, интеграции, гражданственности, самосовершенствования);

- к взаимодействию человека с другими людьми (компетенции социального взаимодействия и общения);

- к деятельности человека во всех ее типах и формах (компетенции деятельности, познавательной деятельности, информационных технологий).

Зарубежные авторы предлагают собственный набор ключевых компетенций. В.Хутмахер выделяет 5 из них [3]: политические и социальные; межкультурные; коммуникативные; информационные; образовательные (например, обучение в течение всей жизни).

При этом немаловажное значение играет выявление требований, предъявляемых к подготовке компетентных специалистов. На наш взгляд, можно выделить следующие требования:

- общенациональные требования (ГОС, требования Болонской декларации);

- региональные требования (географическое положение региона, учет особенностей региональной экономики);

- требования глобализации (языковые знания, умения и навыки; знания и умения в области информационно-компьютерных технологий; знание кросс-культурных аспектов коммуникаций);

- требования к умениям и навыкам специалиста (межличностные роли, властные роли, информационные роли);

- требования к личностным качествам специалиста (поведенческие, мыслительные, психологические);

- требования к культуре специалиста (знания, опыт, традиции, обычаи, эмоции, поведение).

На формирование компетенций специалиста, соответствующего вышеперечисленным требованиям, особое влияние оказывают следующие аспекты: государственная политика в области подготовки специалистов; система высшего профессионального образования; тенденции регионального рынка труда; международное сотрудничество.

Система высшего профессионального образования должна соответствовать государственной политике в области подготовки специалистов и учитывать тенденции регионального рынка труда. Важно, чтобы работода-

тели рассматривали высшее профессиональное образование как базовую систему воспроизводства кадров высшей квалификации. При этом следует отметить возрастающую роль международного сотрудничества, которое позволяет корректировать государственную политику в сфере формирования трудового потенциала, организовывать эффективную подготовку конкурентоспособных специалистов, формировать заказ на специалистов со стороны регионального бизнес-сообщества.

Вышеперечисленные процессы уже находят свое отражение в современных тенденциях мирового образования, которые наиболее полно представлены в Болонской декларации. Среди наиболее значимых принципов Болонского процесса выделяют следующие [4–5]:

- введение двухциклового обучения (бакалавриат (не меньше 3-х и не больше 4-х лет) и магистратура (1–2 года обучения после получения 1-й степени));

- введение системы учета учебной нагрузки в кредитных единицах (по типу ECTS);

- контроль качества образования (учреждение аккредитационных агентств, независимых от национальных правительств и международных организаций, установление стандартов транснационального образования и т.д.);

- расширение академической мобильности;

- обеспечение трудоустройства выпускников.

На наш взгляд, развитие взаимодействия в системе «образование-бизнес», повышение роли работодателей, включение их в систему образования и, в конечном счете, обеспечение трудоустройства выпускников, являются наиболее значимыми аспектами в реализации положений Болонской декларации. Результатом обучения должна стать готовность выпускника к самостоятельной трудовой деятельности в современных экономических, информационных, социокультурных и прочих условиях. Подобную готовность может обеспечить использование в образовательном процессе инновационных технологий и методов обучения, а также международное сотрудничество, обеспечивающее доступ к последним.

На наш взгляд, одним из наиболее эффективных механизмов формирования требуемых компетенций у будущих специалистов может стать развитие совместных с зарубежными ВУЗами инновационных образовательных

программ. Сетевое взаимодействие образовательных учреждений давно стало нормой для европейской системы образования. Следует отметить, что российские ВУЗы все более активно участвуют в подобном сотрудничестве, используя открывающиеся при этом перспективы. Особое значение международное сетевое взаимодействие приобретает в приграничных территориях, где особенно остро стоит вопрос подготовки специалистов, востребованных как на российском, так и мировом рынке труда. Сетевое взаимодействие партнеров позволяет взаимовыгодно дополнять существующие образовательные программы инновационными технологиями, методами, содержанием. В данном случае подготовка компетентного специалиста определяется компетенциями участников сетевого взаимодействия. Схема подготовки компетентного специалиста при сетевом сотрудничестве партнеров представлена на рис. 1.



Рис. 1. Схема подготовки компетентного специалиста

На основе обобщения практического опыта можно выделить следующие виды совместных образовательных программ:

- аккредитованные и валидированные программы (признание одним ВУЗом эквивалентности программы другого ВУЗа собственной образовательной программе с возможной

выдачей собственного диплома выпускникам ВУЗа-партнера);

- франчайзинговые программы (передача одним ВУЗом другому права реализации своей образовательной программы при сохранении за собой права контроля качества подготовки);
- программы двойных и совместных дипломов (согласование учебных планов и программ, методов обучения и оценки знаний студентов, взаимное признание результатов обучения в ВУЗах-партнерах, наличие общих структур управления программой, выдача совместного диплома).

В настоящее время ВУЗы развивают и другие формы инновационных международных образовательных программ, которые можно классифицировать по следующим критериям:

- время обучения;
- язык обучения;
- вид документа об окончании программы;
- условия участия в программе.

Наиболее распространенные формы международных образовательных программ представлены в табл. 1.

Так как организация образовательных программ полного цикла могут потребовать от любого ВУЗа значительных временных, трудовых и материальных ресурсов, является целесообразным начать реализацию краткосрочных международных образовательных программ, которые в последствие помогут сформировать полные программы, либо будут трансформированы в самостоятельные образовательные программы.

Как показывает практический опыт реализации краткосрочных образовательных программ, большую заинтересованность зарубежных ВУЗов вызывают программы следующей тематики:

- «Как делать бизнес в России»;
- «Культурный туризм»;
- «Русский язык как иностранный».

Продолжительность подобных программ обычно составляет 24–36 часов. Целевая аудитория — студенты и преподаватели. Размер группы 15–30 человек. Рабочий язык — английский.

Неотъемлемыми составляющими любой краткосрочной образовательной программы являются:

- проведение лекционных и практических занятий по тематике программы;

Таблица 1

Формы инновационных международных образовательных программ

Критерий	Форма программы	Краткое описание
1. Время обучения	Краткосрочные программы	Проведение семинаров длительностью до нескольких дней, организация интенсивных курсов в течение учебного семестра и летних школ в каникулярный период, и др.
	Включенное обучение	Предусматривает изучение иностранными или российскими учащимися в общих потоках отдельных обязательных курсов в течение семестра, триместра или учебного года с последующим перезачетом прослушанного и проработанного материала в базовом ВУЗе.
2. Язык обучения	На родном языке базового ВУЗа	Требуется хорошее знание языка страны прохождения обучения.
	На языке-посреднике	Данная форма дает возможность получить образование, минуя этап изучения языка страны обучения. В настоящее время в качестве языка-посредника наиболее часто выступает английский язык.
3. Вид документа об окончании программы	Выдается сертификат об участии	Характерно для проведения семинаров, краткосрочных образовательных программ и др.
	Выдается диплом базового ВУЗа выпускникам ВУЗа-партнера	Так называемые, аккредитованные и валидированные программы.
	Выдается совместный диплом	Характерно для программ двойных и совместных дипломов.
4. Условия участия в программе	Стипендиальные программы	Существует возможность получения стипендии негосударственной организации, международной государственной организации, предприятия или работодателя.
	Участие в программе на собственные средства	Все расходы по участию в программе оплачиваются ее участниками.

- изучение русского языка;
- изучение кросс-культурных аспектов коммуникации;
- посещение предприятий, специфика работы которых соответствует направленности конкретной программы;
- организация студенческих мероприятий;
- организация культурной программы (обзорные экскурсии, посещение музеев и др.);
- выдача сертификатов при успешном завершении программы обучения.

Особое внимание при этом уделяется современным интерактивным методам обучения, которые активно используются в реализации краткосрочных образовательных программ наряду с современными информационными технологиями.

Подобные программы позволяют участникам за короткий промежуток времени познакомиться с русской культурой; улучшить уровень владения русским языком; получить информацию об условиях ведения бизнеса в России; познакомиться с историческими местами. Иностранные и российские студенты могут участвовать в совместных мероприятиях, что создает возможности знакомства со студенческой жизнью в разных странах; а преподаватели могут обмениваться опытом в рамках подобных программ.

Таким образом, развитие инновационных международных образовательных программ является значимым фактором повышения подготовки компетентного специалиста, востребованного как на российском, так и мировом рынках труда.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Юрген Колер.** Обеспечение качества, аккредитация и признание квалификаций как контрольные механизмы европейского пространства высшего образования. // Интернет-журнал "Высшее образование в Европе", Том XXVIII. 2003. № 3. <http://logosbook.ru/hee>
2. **Хуторской А.В.** Ключевые компетенции и образовательные стандарты: Доклад на отделении философии образования и теории педагогики РАО 23 апреля 2002. Центр «Эйдос» // Интернет-журнал «Эйдос». <http://eidos.ru/journal/2002/0423.htm>
3. **Зимняя И.А.** Ключевые компетенции — новая парадигма результата образования. // Высшее образование сегодня. 2003. № 5. С. 34–42.
4. **Арсеньев Д.Г., Шевченко Е.В.** Болонский процесс: проблемы реализации в России // Международное сотрудничество в образовании: Материалы IV междунар. науч.-практич. конф. Ч. 1. СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. С. 292. С. 3–10.
5. Будущее европейского образования: Болонский процесс (Сорбонна-Болонья-Саламанка-Прага) / Сост. Е.В. Шевченко. СПб: Изд-во СПбГТУ, 2002. С. 76.

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА РЕГИОНА (ЭКОПРОМ-2008)

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет (кафедра «Экономика и менеджмент в машиностроении»), выставочный комплекс Санкт-Петербурга ОАО «ЛЕНЭКСПО» в рамках XII Международного промышленного форума «Российский промышленник» совместно с Комитетом экономического развития, промышленной политики и торговли Правительства Санкт-Петербурга, Администрацией Калининского района Санкт-Петербурга, Институтом проблем региональной экономики РАН, Международной академией менеджмента, Международной академией организации производства, журналом «Научно-технические ведомости СПбГПУ», рядом общественных, научных и промышленных организаций и предприятий при поддержке Министерства образования и науки РФ, Министерства промышленности и торговли РФ, Правительства Санкт-Петербурга **24–27 сентября 2008 г.** проводят VI-ю всероссийскую научно-практическую конференцию «ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА РЕГИОНА» (ЭКОПРОМ-2008).

Целью конференции является обсуждение современных проблем, тенденций, перспектив формирования инновационной экономики и промышленной политики России и ее регионов на основе применения научно методического инструментария и результатов практической деятельности современных инновационно-технологических предприятий, научных организаций, вузов, а также опыта государственно-частного партнерства.

Основные научные направления конференции

1. Инновационная экономика России и регионов: теория и практика.
2. Инновации и формирование привлекательного инвестиционного климата в отраслях и регионах.

3. Проблемы инновационно-технологического развития промышленности.

4. Высокопроизводительные вычисления и компьютерный инжиниринг в промышленности.

5. Перспективы интеграции науки, образования, производства и бизнеса.

К началу конференции будут опубликованы

- Журнал ВАК «Научно-технические ведомости СПбГПУ» серия «Экономические науки» № 4 2008;

- Материалы конференции, включающие следующие основные разделы:

1. Инновационная экономика России: теория и практика.

2. Проблемы и перспективы инновационного развития региональной и отраслевой экономики.

3. Формирование промышленной политики и высокие технологии.

4. Инновации и формирование привлекательного инвестиционного климата в отраслях и регионах.

5. Конкурентоспособность и стратегия развития региональной (отраслевой) экономики.

6. Экономика и менеджмент инновационного развития предприятий (организаций).

7. Инновационная и инвестиционная политика развития предприятий (организаций).

8. Инструменты и методы оценки инновационного развития регионов, отраслей, предприятий.

9. Перспективы интеграции науки, производства и образования в деятельности экономических систем.

Авторам, изъявившим желание и прошедшим рецензирование материалов, будет предоставлена возможность опубликовать свои статьи в журнале перечня ВАК — «Научно-технические ведомости СПбГПУ» серия «Экономические науки» № 4 2008г. (срок представления материалов в журнал — до **05.07.2008г.**, требования к



оформлению — *доп. информация по электронному адресу оргкомитета*).

Участникам, сделавшим доклады на конференции, будут предоставлены льготные условия для публикации своих материалов в журнале ВАК «НТВ СПбГПУ» серия «Экономические науки» (№ 5 2008 г. — ноябрь).

Лучшие статьи (доклады) аспирантов, молодых ученых и специалистов (не старше 28 лет) по решению орг.комитета будут отмечены дипломами, призами и рекомендованы к опубликованию в журналах ВАК.

Авторы оригинальных статей, изъявившие желание и прошедшие рецензирование материалов, будут приглашены к формированию коллективной монографии по результатам проведения конференций. Публикация монографии планируется в **ноябре 2008г.** (*доп. информация по электронному адресу оргкомитета*).

Участие в конференции может быть заочным (представление материалов в сборник трудов) и очным (непосредственное участие в работе конференции).

Материалы статей принимаются оргкомитетом до **5 ИЮЛЯ** 2008 г. в формате Ms WORD в виде файла с расширением doc по эл. почте E-mail: ecoprom@spbstu.ru в **формате A5**.

Сборник материалов конференции оформляется на бумажном носителе и CD-диске. Материалы конференции на любом носителе будут вручены участникам во время ее проведения (очное участие) или высланы по указанному в регистрационной форме адресу (заочное участие).

Более подробная информация размещена на сайте **www.ecoprom.spbstu.ru** или по E-mail редакционного комитета — ecoprom@spbstu.ru и телефонам (812) 297-18-21 — Анна Андреевна, (812) 294-37-64 — Анна Владимировна.

НАУКА И ИННОВАЦИИ В ТЕХНИЧЕСКИХ УНИВЕРСИТЕТАХ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет совместно с Федеральным агентством по науке и инновациям РФ, Федеральным агентством по образованию РФ, Общероссийской общественной организацией «Национальная система развития научной, творческой и инновационной деятельности молодежи России» и Санкт-Петербургским региональным отделением Общероссийской общественной организации «Российский союз молодых ученых» с 27 по 31 октября 2008 года проводят Всероссийский форум студентов, аспирантов и молодых ученых «Наука и инновации в технических университетах».

Основные цели Форума

- Развитие научных исследований студентов, аспирантов и молодых ученых.
- Ознакомление молодежи с новейшими достижениями в области фундаментальных, технических, гуманитарных наук и экономики.
- Поддержка и стимулирование инновационной активности молодежи.
- Развитие у студентов и аспирантов навыков презентации результатов НИР.
- Поощрение наиболее активных участников Форума и авторов лучших докладов.

Секции для проведения Форума

1. Моделирование и инновационные разработки в области инженерных наук.
2. Информационные технологии и системы управления.
3. Новые материалы и технологии.
4. Энергоресурсосбережение и экология.
5. Физические науки.
6. Молекулярная и структурная биология.
7. Экономика и гуманитарные науки.

Основные научные направления Форума

- «Новые и возобновляемые источники энергии».
- «Экология и энергоресурсосбережение».
- «ИТ-технологии, коммуникации и защита информации».
- «Компьютерные методы в современных исследованиях».
- «Химические науки, химическая технология (в т.ч. биотехнология и биоинженерия), химическое машиностроение».
- «Новые материалы и технологии XXI-го века».
- «Машиностроение, станкостроение и безотходная технология».

- «Экономика и научное сообщество».
- «Инновационные технологии образования и научно-исследовательская деятельность студентов».
- «Физические науки, теоретическая, экспериментальная и техническая физика; прикладная математика и механика».
- «Прикладные разработки в области инженерных наук».
- «Опτικο-электронные приборы и системы, оптические и лазерные технологии».
- «Инновационный потенциал молодых ученых Санкт-Петербурга: теория и практика».
- «Молекулярная и структурная биология, физико-химическая биология клетки».
- «Интегрированные системы управления, сети ЭВМ и телекоммуникации».
- «Медицинские биотехнологии».
- «Ядерная физика и ядерные энергетические установки».
- «Наноматериалы и приборы нанoeлектроники».
- «Радиофизика и электроника будущего».

- «Информационно-телекоммуникационные системы, информационная безопасность».

- «Мехатроника и микросистемная техника».

Форма участия: устный доклад (до 10 минут) или стендовый доклад.

К участию в Форуме привлекаются известные ученые, специалисты и представители промышленности.

Сборники материалов Форума публикуются к моменту его проведения. Публикация в сборнике материалов и пакет участия в Форуме для автора, представляющего доклад — **БЕСПЛАТНЫЕ!**

Авторы лучших докладов получают возможность опубликовать полную статью по теме доклада в журнале из списка ВАК «Научно-технические ведомости СПбГПУ».

Тезисы и заявки с анкетами принимаются по электронной почте **до 20 сентября 2008 года**.

Более подробная информация размещена на сайтах www.spb.rosmu.ru, www.polynom21.narod.ru и по тел. (812) 294-41-47, (812) 297-18-21.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

АБДУЛКАДЫРОВА Мадина Албекхаджиевна — докторант Кабардино-Балкарской государственной сельскохозяйственной академии кандидат экономических наук.

АБРЖИНА Лариса Леонидовна — старший преподаватель кафедры экономики и организации химической промышленности Уральского государственного технического университета — УПИ.

АРТЮГИНА Ида Михайловна — доцент кафедры экономики и менеджмента в энергетике и природопользовании Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, кандидат экономических наук, доцент.

АФОНИЧКИНА Екатерина Александровна — доцент кафедры мировой экономики Волжского университета им. В.Н.Татищева, кандидат экономических наук.

БАСАЕВ Игорь Борисович — докторант Кабардино-Балкарской государственной сельскохозяйственной академии, кандидат экономических наук.

БАСТРИКОВА Ольга Игоревна — ассистент кафедры налогов и налогообложения Уфимского государственного авиационного технического университета, аспирант.

БОЙКОВА Юлия Михайловна — аспирантка кафедры менеджмента Санкт-Петербургского торгово-экономического института.

БОРЩЁВ Евгений Геннадьевич — аспирант кафедры международного бизнеса Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

ВАРЛАМОВ Георгий Валерьевич — аспирант кафедры международных экономических отношений Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

ВОЛКОВА Ирина Олеговна — докторант кафедры международных экономических отношений Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

ГАЛСТЯН Армен Шагенович — доцент кафедры мировых информационных ресурсов и электронного бизнеса Ставропольского госу-

дарственного университета, кандидат экономических наук.

ГУРНОВИЧ Татьяна Генриховна — профессор кафедры финансового менеджмента и банковского дела Ставропольского государственного аграрного университета, доктор экономических наук.

ЖУЛЕВА Ольга Игоревна — аспирант кафедры экономической теории и национальной экономики Мурманского государственного технического университета.

ИВАНОВА Марина Анатольевна — соискатель кафедры финансов и кредита Курганского государственного университета.

ИВАНОВА Ольга Евгеньевна — ассистент кафедры менеджмента и маркетинга Ивановского государственного энергетического университета им. В.И. Ленина.

ИГНАТЬЕВ Николай Михайлович — соискатель кафедры маркетинга и информационных технологий в экономике Волжского государственного университета им. В.Н.Татищева.

КЛОЧКОВА Наталия Владимировна — доцент кафедры менеджмента и маркетинга Ивановского государственного энергетического университета им. В.И. Ленина, кандидат экономических наук, доцент.

КОБЗЕВ Владимир Васильевич — заведующий кафедрой экономики и менеджмента в машиностроении Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, доктор экономических наук, профессор.

КОРОЛЕВ Виталий Александрович — профессор кафедры мировых информационных ресурсов и электронного бизнеса Ставропольского государственного университета, доктор экономических наук, доцент.

КОСЕНКО Светлана Геннадьевна — преподаватель кафедры естественнонаучных и общегуманитарных дисциплин Армавирского филиала Кубанского государственного университета.

КОСИНОВА Елена Александровна — аспирант кафедры антикризисного управления

Ставропольского государственного аграрного университета.

КОСТЯЕВ Родион Алексеевич — докторант Балтийской академии туризма и предпринимательства, кандидат экономических наук.

КОХ Лариса Вячеславовна — профессор кафедры финансов и налогов Владивостокского государственного университета экономики и сервиса, кандидат экономических наук, доцент.

КРАМАРЕВ Алексей Николаевич — ведущий кафедрой менеджмента на предприятиях массового питания Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, кандидат экономических наук, доцент.

ЛИТОВЧЕНКО Виктор Владимирович — декан факультета экономики и менеджмента Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета, доктор экономических наук, профессор.

ЛОПАТИН Михаил Валентинович — ведущий кафедрой стратегического менеджмента Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, профессор, кандидат экономических наук.

ЛЫСОВ Олег Евдокимович — доцент кафедры менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета аэрокосмического приборостроения.

МАКАРОВ Василий Михайлович — ведущий кафедрой экономики и менеджмента в энергетике и природопользовании Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, доктор экономических наук, профессор.

МАКАШИНА Ольга Владиленовна — заместитель декана факультета экономики и управления Ивановского государственного энергетического университета, кандидат экономических наук, доцент.

МАЛЫЙ Валерий Григорьевич — аспирант кафедры маркетинга и коммерции Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета.

МАРАХОВСКИЙ Александр Сергеевич — доцент кафедры информационных систем в экономике Ставропольского государственного университета, кандидат физико-математических наук, доцент.

МАТВЕЕВ Александр Иванович — соискатель кафедры менеджмента и экономики отраслевых производств Воронежского государственного технического университета.

МЕЛЕХИН Андрей Владимирович — аспирант кафедры информационных систем в экономике Дагестанского государственного технического университета.

МИЛАЩЕНКО Галина Сергеевна — старший преподаватель кафедры финансового менеджмента и банковского дела Ставропольского государственного аграрного университета, кандидат экономических наук.

МИРОЛЮБОВ Андрей Анатольевич — доцент кафедры международного бизнеса Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

МИСАКОВ Анзор Валерьевич — аспирант кафедры экономического анализа и аудита Кабардино-Балкарской государственной сельскохозяйственной академии.

МОШКАЛЁВ Дмитрий Станиславович — аспирант кафедры экономики и менеджмента в энергетике и природопользовании Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

МУЗАЛЕВСКИЙ Анатолий Александрович — профессор кафедры психологии, психогигиены и экологии Северо-Западного государственного заочного технического университета, доктор технических наук, профессор.

МУРАШОВА Светлана Витальевна — доцент кафедры финансов, денежного обращения и кредита Санкт-Петербургского торгово-экономического института, кандидат экономических наук, доцент.

НИКОЛОВА Людмила Васильевна — доцент кафедры финансов и денежного обращения Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, кандидат экономических наук, доцент.

ПАРАМОНОВА Галина Петровна — ведущая кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета, кандидат экономических наук, доцент.

ПОТАПОВА Наталия Станиславовна — старший преподаватель кафедры бухгалтер-

ского учета, анализа и аудита Комсомольско-го-на-Амуре государственного технического университета.

ПОТЕМКИН Валерий Константинович — заведующий кафедрой социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов, доктор экономических наук, профессор.

СИНЕЛЬНИКОВ Владимир Александрович — аспирант кафедры бухгалтерского учета и статистики Сибирского федерального университета.

СИТНИКОВА Лариса Владимировна — доцент кафедры экономики предпринимательства Уфимского государственного авиационного технического университета, кандидат экономических наук, доцент.

СУБАНОВА Ольга Сергеевна — доцент кафедры математического моделирования экономических процессов Финансовой академии при Правительстве Российской Федерации, кандидат экономических наук.

СЫТНИКОВ Дмитрий Александрович — аспирант кафедры финансов и кредита Международного института финансов, управления и бизнеса.

ТАРАСЕНКО Надежда Васильевна — заведующая кафедрой антикризисного управления Ставропольского государственного аграрного университета, доктор экономических наук, профессор.

ТАРАСОВА Анна Сергеевна — ассистент кафедры экономики и организации предприятия Ивановского государственного энергетического университета им. В. И. Ленина.

ТЕСЕЛКИН Антон Юрьевич — аспирант кафедры статистики Санкт-Петербургского государственного торгово-экономического института.

ТИХОМИРОВ Дмитрий Викторович — аспирант кафедры ценообразования и оценочной деятельности Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов.

ТОРОПЦЕВ Евгений Львович — заведующий кафедрой информационных систем в экономике Ставропольского государственного университета, доктор экономических наук, профессор.

ХАРЧЕНКО Ольга Николаевна — заведующая кафедрой бухгалтерского учета и статистики Сибирского федерального университета, кандидат экономических наук, профессор.

ЦЫМБАЛЕНКО Оксана Сергеевна — доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита Ставропольского государственного университета, кандидат экономических наук.

ЦЫМБАЛЕНКО Сергей Васильевич — профессор кафедры экономики и управления Ставропольского филиала Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова, доктор технических наук.

ЧАМАЕВ Шамсудин Зайналбекович — докторант кафедры экономики и управления строительным производством Дагестанского государственного технического университета, кандидат экономических наук.

ШЕПЕЛЬ Ольга Васильевна — экономист, специалист по оценке собственности ООО «Юг — оценка», ЗАО «Русаудит» (г. Краснодар).

ШИЯНОВА Анастасия Александровна — аспирант кафедры мировых информационных ресурсов и электронного бизнеса Ставропольского государственного университета.

ШКОРУБСКАЯ Светлана Александровна — аспирант Международной высшей школы управления Санкт-Петербургского государственного политехнического университета.

ЩЕРБИНИН Андрей Валерьевич — соискатель кафедры финансов и кредита Кузбасского государственного технического университета.

ЮДНИКОВА Елена Сергеевна — профессор кафедры маркетинга Санкт-Петербургского государственного торгово-экономического института.

ЮРЬЕВ Владимир Николаевич — профессор кафедры информационных систем в экономике и менеджменте Санкт-Петербургского государственного политехнического университета, доктор экономических наук, профессор.

ЯЙЛИ Ервант Аресович — доцент кафедры комплексного управления прибрежными зонами филиала Российского государственного гидрометеорологического университета, кандидат географических наук.

АННОТАЦИИ

Гурнович Т.Г., Мараховский А.С., Торопцев Е.Л. МЕТОДИКА АГРЕГИРОВАНИЯ ДИНАМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ МЕЖОТРАСЛЕВОГО БАЛАНСА ПРИ АНАЛИЗЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ.

В работе рассмотрен подход к построению упрощенных моделей для решения задач устойчивости. Основой для агрегирования служит оценка коэффициентов чувствительности собственных значений матрицы замкнутой системы от варьируемых параметров конечного спроса. Упрощение математической модели выполняется за счет исключения составляющих движения, слабо зависящих от параметров конечного спроса.

Музалевский А.А., Яйли Е.А. КОНЦЕПЦИЯ РИСКА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ЧЕЛОВЕКА.

В статье представлен методический аппарат для систем принятия решений, использующий инструмент риска для управления различными видами хозяйственной деятельности на урбанизированных территориях.

Предложены рекомендации частного и общего характера для управления как хозяйственной деятельностью, так и экологическими рисками для достижения приемлемого уровня экологической безопасности.

Иванова М.А. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И ОЦЕНКИ НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ КАК ФАКТОРА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.

Рассмотрены особенности развития и оценки нематериальных активов, как фактора экономического роста на государственном уровне и на уровне организации. Предложено учитывать проанализированные особенности при формировании стратегии экономического роста.

Крамарев А.Н. ПРОБЛЕМЫ КООРДИНАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.

Статья посвящена рассмотрению сущности, сфер и направлений координации потребительского рынка. В работе систематизированы и раскрыты ключевые проблемы координации потребительского рынка на современном этапе.

Николова Л.В. ОБОСНОВАНИЕ ПРИМЕНИМОСТИ МОДЕЛИ СОЛОУ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА.

В работе рассмотрен первый этап исследования для обоснования экономико-математической модели инновационного комплекса региона, представляющего собой сложную динамическую систему. Используя закономерности развития этой системы можно оценить распределение инновационного потенциала, проанализировать факторы, влияющие на показатели развития региона и управлять инновационным процессом.

Щербинин А. В. ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА.

В статье рассматриваются основные факторы повышения инвестиционной привлекательности региона. Представлена обобщенная структура системы измерителей инвестиционного климата региона.

Бойкова Ю. М. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА В ТОРГОВЛЕ.

В статье рассматриваются различные подходы к определению контроллинга, основные концепции и развитие системы контроллинга, рассмотрены ключевые звенья системы контроллинга, выражена авторская точка зрения о сущности контроллинга, структуре, особенностях и проблемах формирования системы контроллинга в торговле.

Милащенко Г.С. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В АГРАРНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ.

В статье рассмотрено современное состояние и тенденции развития сельскохозяйственных товаропроизводителей Ставропольского края, а также основные социально – экономические показатели края за 2000–2006 гг. Представлены механизмы воздействия инвестиций на экономику. Предложены приоритетные направления инвестиций в аграрный сектор экономики с целью улучшения его функционирования.

Матвеев А.И. МЕХАНИЗМЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА.

В статье автором предложены механизмы организации эффективного функционирования регионального продовольственного рынка.

Жулева О.И. О ПРОБЛЕМАХ ИНТЕГРАЦИИ ДОБЫВАЮЩЕГО И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕГО СЕКТОРОВ РОССИЙСКОЙ РЫБНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.

В статье описываются некоторые проблемы взаимодействия предприятий добывающего и перерабатывающего секторов российской рыбной промышленности. В частности, речь идет о необходимости привлечения рыбного сырья на российский берег и регулировании ценообразования на сырье и рыбопродукцию как необходимых условий эффективной интеграции производственных процессов в отрасли.

Парамонова Г.П., Потапова Н.С. ВЛИЯНИЕ МОНОПОЛИЗАЦИИ РЫНКА НЕФТЕПРОДУКТОВ НА РЕГИОНАЛЬНЫЙ ВАЛОВОЙ ПРОДУКТ.

В статье рассматриваются особенности рынка нефтепродуктов Дальневосточного федерального округа. Анализируется уровень его монополизации на основе индексов Херфиндала – Хиршмана и Лернера. Также приводятся расчеты потерь валового регионального продукта от монополии нефтяных компаний и предлагаются мероприятия по снижению отрицательного воздействия монопольной власти.

Абржина Л.Л. ОЦЕНКА ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПРИСАДОК К ТОПЛИВАМ.

В статье сформулирован методический подход к определению эффективности, базирующийся на системном подходе к выявлению всей совокупности вызываемых использованием присадок экологических и экономических последствий и на принципе интеграции указанных последствий, обеспечивший возможность разработки предлагаемой методики оценки эффективности применения присадок к моторным топливам.

Кобзев В.В. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ АДАПТАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА К ИЗМЕНЕНИЯМ СПРОСА.

Рассмотрены организационные основы адаптации производства к изменениям спроса с позиций производственного и операционного менеджмента.

Лопатин М.В., Потемкин В.К. УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.

В статье рассмотрены особенности современного состояния управленческого потенциала предприятий Санкт-Петербурга. Дан анализ результатов проведенного социологического опроса.

Юрьев В.Н. ТЕОРЕТИКО-ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.

Рассмотрены принципы информатизации промышленного предприятия и технологии создания экономических информационных систем. Предложена взаимосвязь проблем и средств информатизации предприятий в составе единой интегрированной среды.

Ситникова Л.В., Бастрикова О.И. ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ КАК «МЯГКИЙ» СПОСОБ ИНТЕГРАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СУБЪЕКТОВ.

В статье рассматриваются вопросы и способы образования «мягких» форм объединения компаний в процессе интеграционного преобразования. Представлена номографическая модель, позволяющая определить некоторые условия заключения лицензионного соглашения при соблюдении интересов его участников.

Тарасова А. С. КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОБЕСПЕЧЕНИЮ УСТОЙЧИВОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ОПТОВОЙ ГЕНЕРИРУЮЩЕЙ КОМПАНИИ.

Рассмотрены проблемы формирования современной концепции управления энергокомпанией. Предложена факторная финансовая модель оценки финансовой устойчивости в качестве поддержки принятия управленческих решений.

Синельников В.А., Харченко О.Н. РЕАЛИЗАЦИЯ МОДУЛЬНОГО ПРИНЦИПА ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ВНУТРЕННЕЙ ОТЧЕТНОСТИ КОРПОРАЦИИ.

Рассмотрены проблемы формирования отчетности корпорациями со сложной организационной структурой для удовлетворения различных информационных потребностей пользователей. Предложены методика определения обобщающих результатных показателей, макеты форм внутренней отчетности корпорации и схемы их взаимной увязки.

Тихомиров Д.В. АНАЛИЗ МОТИВОВ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРИ МЕЖДУНАРОДНЫХ СЛИЯНИЯХ И ПОГЛОЩЕНИЯХ В НЕСОВЕРШЕННОЙ РЫНОЧНОЙ СТРУКТУРЕ.

В статье рассмотрены основные мотивы сделок по слияниям и поглощениям, выделены т.н. сомнительные мотивы сделок. С помощью микроэкономического аппарата проведен анализ различных сценариев внутреннего и внешнего роста компаний в условиях несовершенной рыночной структуры, такой как дуополия Курно.

Мисаков А.В., Абдулкадырова М.А., Басаев И.Б. ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК.

Рассмотрены проблемы теоретического и методического представления организации экономического анализа как действенного метода обеспечения и усиления конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Предложена методика количественной оценки состояния аналитической работы для практического применения в сфере предпринимательства.

Лопатин М.В. КОНТРОЛЛИНГ ПРОЦЕССОВ ВЛИЯНИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ТРУДА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.

В статье рассмотрены система понятий, подходы к контроллингу качества управленческого труда и приведена авторская концепция процессного обеспечения контроллинга качества управленческого труда, а также его влияния на эффективность деятельности как предприятия, так и его структурных единиц.

Волкова И.О. КОНЦЕПЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОРТФЕЛЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ АКТИВАМИ ЭЛЕКТРОСЕТЕВЫХ КОМПАНИЙ.

Рассмотрена концепция формирования портфеля инвестиционных проектов в системе управления активами электросетевых компаний на основе многоцелевой оптимизации. Предложены принципы и этапы реализации данной концепции.

Игнатьев Н.М., Афоничкина Е.А. ФОРМИРОВАНИЕ РАЦИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ КОРПОРАТИВНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОРТФЕЛЯ.

Рассмотрены проблемы формирования рациональной структуры портфеля инвестиционных проектов интегрированной экономической системы корпоративного типа. Предложен комплекс моделей для разработки процедур количественного анализа структуры портфеля и выбора рациональной по обоснованному критерию эффективности.

Макаров В.М., Артюгина И.М., Мошкалёв Д.С. ОСНОВЫ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТОВ ПРОДЛЕНИЯ СРОКА ЭКСПЛУАТАЦИИ ЭНЕРГОБЛОКОВ АЭС.

Рассмотрены вопросы методического обеспечения оценки экономической эффективности проектов продления срока эксплуатации энергоблоков АЭС. Предложены основы комплексного подхода к технико-экономическому обоснованию эффективности проектов продления срока эксплуатации энергоблоков АЭС.

Шкорубская С.А. ВКЛАД ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ И ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИЕ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.

Представлено краткое описание оценки вклада технологических и организационных инноваций в повышение рыночной стоимости предприятия, на основе использования метода дисконтированного денежного потока. В соответствии с этим описаны факторы, определяющие влияние на увеличение рыночной стоимости предприятия предполагаемые технологические и организационные инновации — что является важнейшей целью всего менеджмента предприятия, так как выступает условием получения ими основного стандартного дохода с вложенного в предприятие капитала.

Клочкова Н.В., Иванова О.Е. ОСНОВЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ КОМПАНИЙ.

В статье рассмотрены принципы, механизмы и методы оценки рыночной стоимости компаний. Рассмотрен метод дисконтированного денежного потока для оценки стоимости распределительных сетевых



компаний, а также взаимосвязь использования метода доходности инвестированного капитала и повышения рыночной стоимости компаний.

Кох Л.В. ОЦЕНКА ВОСПРИЯТИЯ ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГА КЛИЕНТАМИ И ТОП-МЕНЕДЖЕРАМИ БАНКА.

В статье проанализированы результаты анкетирования клиентов банка и его руководства по вопросам принятия инновационной технологии Интернет-банкинга. Определены факторы, влияющие на продвижение Интернет-банкинга в банковском бизнесе. Выработаны рекомендации по преодолению негативных факторов в восприятии Интернет-банкинга.

Макашина О.В. АНАЛИЗ И ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ПО РЕЗУЛЬТАТУ.

Рассмотрены определения разных авторов понятия бюджетирования, ориентированного на результат. Изложены взгляды на существующие методы бюджетирования.

Сытников Д.А. ВСТУПЛЕНИЕ РОССИИ В ВТО И ФОРМИРОВАНИЕ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА.

В статье автором рассмотрены вопросы вступления России в ВТО и влияние этого процесса на кредитную политику отечественных банков.

Королев В.А., Галстян А.Ш., Шиянова А.А. ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ И АНАЛИЗ НАПРАВЛЕНИЙ СТАБИЛИЗАЦИИ РАБОТЫ СИСТЕМЫ АВТОСТРАХОВАНИЯ.

Рассмотрены изменения позиций компаний-автостраховщиков по показателям финансовой устойчивости, проанализирована эволюция характеристик убыточности ОСАГО, предложены методы стабилизации ситуации на рынке автострахования.

Мурашова С.В. ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ ТРАДИЦИОННОГО БИЗНЕСА К НОВОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЕ.

Рассмотрены основные проблемы внедрения системы электронной коммерции в традиционные бизнес-процессы. Предложены пути построения виртуальных магазинов.

Теселкин А.Ю. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ.

Определена специфика Интернет-торговли в России. Раскрыты правовые, финансовые и налоговые аспекты деятельности Интернет-магазинов. Перечислены основные идеи, на которых должно строиться государственное регулирование Интернет-торговли.

Юдникова Е.С. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ В ТОРГОВЛЕ.

В статье анализируется зарубежная и российская политика государственного регулирования конкуренции в торговле, существующее законодательство по проблеме и предлагаются направления совершенствования политики в отношении конкуренции в торговле.

Косинова Е. А., Тарасенко Н. В. РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ СЕКТОРЕ (НА МАТЕРИАЛАХ КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД).

Проведен анализ предпринимательского потенциала туристско-рекреационного сектора Кавказских Минеральных Вод. Рассмотрены социально-экономические проблемы туристско-рекреационных предприятий, на основании которых сформулированы рекомендации по обеспечению устойчивого развития предпринимательской деятельности в регионе.

Костяев Р.А. ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ.

Рассмотрены возможности использования данных о посещаемости сайта компании и поведении его посетителей для мониторинга конкурентоспособности компании. Предложена модель поведения пользователей, учитывающая основные возможные реакции пользователей Интернета на рекламу компании, качество ее товаров и услуг, размер целевой аудитории, влияние вирусного маркетинга, формирование устойчивых потребительских мнений о товарах и услугах компании и ряд других параметров.

Косенко С.Г. ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ.

В статье определены перспективные направления развития отечественных парфюмерно-косметических компаний и пути повышения их конкурентоспособности.

Борщёв Е.Г., Миролюбов А.А. АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.

Рассмотрены место и роль информационных и коммуникационных технологий в информационной системе предприятия. Перечислены факторы, препятствующие внедрению и эффективному использованию данных технологий на российских предприятиях. Представлены рекомендации по снижению влияния указанных факторов на операционную деятельность.

Чамаев Ш.З., Мелехин А.В. ИНСТРУМЕНТАРИЙ АДАПТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ОБЪЕКТАМИ.

Рассмотрены параметрические, структурные и эвристические методы адаптивного управления экономическими объектами в динамических, слабо предсказуемых условиях рынка. Использование предложенных методов позволяет повысить эффективность управления производственными процессами в изменяющихся условиях функционирования.

Цымбаленко О.С., Цымбаленко С.В., Шепель О.В. МОДЕЛЬ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ НЕДВИЖИМОСТИ НА ПРИМЕРЕ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ.

Представлены результаты корреляционно - регрессионного анализа и основные этапы формирования статистической модели по определению рыночной стоимости недвижимости приносящей доход. Приведены данные по апробации предложенной модели.

Субанова О.С. ЦЕЛЕВОЙ КАПИТАЛ КАК МЕХАНИЗМ УКРЕПЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ВУЗА.

Рассмотрены вопросы формирования целевого капитала вуза. Выявлены достоинства и недостатки целевого капитала, проведено сопоставление с мировым аналогом — эндаументом. Обсуждается проблема «справедливости с точки зрения разных поколений».

Лысов О.Е. ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ.

Рассмотрены особенности совмещения работы и учебы студентов дневной формы обучения экономических специальностей вузов, выявлены факторы, влияющие на этот процесс.

Варламов Г.В. ИННОВАЦИОННЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА.

В статье рассматриваются вопросы формирования человеческого капитала путем развития инновационных международных образовательных программ.

ANNOTATION

Gurnovich T.G., Marakhovsky A.S., Toroptsev E.L. **TECHNIQUE OF AGGREGATION DYNAMIC MODEL OF INTERBRANCH BALANCE AT THE ANALYSIS OF ECONOMIC SYSTEMS.**

In the work are considered the approach of construction the simplified models for the decision problems of stability. As a basis for aggregation is estimation of factors sensitivity of own values matrix of the closed system from varied parameters of a final demand serves. Simplification of mathematical model is carried out due to exception components of the movement poorly depending on parameters of a final demand.

Muzalevsky A.A., Yaley E.A. **CONCEPTION OF RISK FOR ECONOMIC ACTIVITY MANAGEMENT.**

In the message the methodical device for systems of acceptance of the decisions using tool of risk for management of various kinds of economic activity on urban territories is submitted.

The recommendations of individual and common character for management both economic activity, and ecological risks for achievement of an acceptable level of ecological safety are offered.

Ivanova M.A. **FEATURES OF DEVELOPMENT AND THE ESTIMATION OF NON-MATERIAL ACTIVES AS FACTOR OF ECONOMIC GROWTH.**

Are considered features of development and an estimation of non-material actives, as factor of economic growth at the state level and at organisation level. It is offered to consider the analysed features at formation of strategy of economic growth.

Kramarev A.N. **TODAY PROBLEMS OF CONSUMER MARKET COORDINATE MECHANISM.**

Author discovers the essence, spheres and basic directions of consumer market coordinate. The article is an attempt to state today problems of consumer market coordinate mechanism and fundamental means directions of perfection of consumer market coordinate system.

Nikolova L.V. **SUBSTANTIATION OF APPLICATION OF MODEL SOLOWE AT FORMATION OF MODEL OF THE INNOVATIVE COMPLEX OF REGION.**

In work the first investigation phase for a substantiation of economic-mathematical model of an innovative complex of the region representing compound dynamic system is considered, using which laws of development, it is possible to estimate distribution of innovative potential, to analyse the factors influencing parameters of development of region and to operate innovative process.

Scherbinin A. B. **CENTURY FACTORS OF INCREASE OF INVESTMENT APPEAL OF REGION.**

In clause major factors of increase of investment appeal of region are considered. The generalized structure of system of measuring instruments of an investment climate of region is presented.

Boikova Ju. M. **CONCEPT APPROACHES TO CONTROLLING SYSTEM IN TRADE.**

The article deals with the various approaches to the controlling definition, main concepts and development of the controlling system. The author considers the key parts of the controlling system and expresses his point of view referring the controlling essence in trade.

Milaschenko G. S. **PRIORITY DIRECTIONS OF INVESTMENTS INTO AGRARIAN SECTOR OF ECONOMY.**

In article the current state is considered and tendencies of development of agricultural commodity producers of Stavropol Territory, and also the cores socially — economic indicators of edge for 2000 – r Are presented 2006 mechanisms of influence of investments on economy. Priority directions of investments into agrarian sector of economy for the purpose of improvement of its functioning are offered.

Matveev A.I. GEARING MACHINERY FOR THE ORGANIZATION AND ECONOMIC FUNCTIONS OF THE REGIONAL RATION MARKET.

At the article described above the gearing for organization by effectived functions of regional ration market

Zhuleva O. ABOUT PROBLEMS OF INTEGRATION OF EXTRACTING AND PROCESSING SECTORS OF THE RUSSIAN FISHING INDUSTRY.

In the paper some problems of interaction of out-put and processing in Russia fish industry have been described. In particular the necessity of the attraction of raw fresh and frozen fish into Russian coast-processing companies and regulating of fish product's prices as necessary conditions of effective fish companies' integration have been considered.

Paramonova G. P, Potapova N.S. INFLUENCE OF MONOPOLISATION OF THE MARKET OF MINERAL OIL ON A REGIONAL TOTAL PRODUCT.

In given article features of the market of mineral oil of Far East federal district are considered. Level of its monopolisation on the basis of indexes Herfindal – Hirshman's and Lerner is analyzed. Also calculations of losses of a total regional product from monopoly of the oil companies are resultud and actions for decrease in negative influence of the exclusive power are offered.

Abrzhina L.L. THE VALUE OF FUEL ADDITIVES ECOLOGICAL-ECONOMIC EFFECTIVENESS.

The article gives methodical approach of estimating the value of effectiveness. This methodical approach is based on the systematic approach of revealing all the economical and ecological consequences of additives use and on the principle of intergration of the consequences. The principle gave the possibility to create methods of estimating the value of the fuel additives effectiveness.

Kobzev V.V. THE ORGANIZATIONAL BASES OF A PRODUCTION'S DEMAND-DRIVEN ADAPTATION.

The article deals with the organizational bases of a production's demand-driven adaptation from a position production and operations management.

Lopatin M.V., Potemkin V.K. MANAGEMENT POTENTIAL OF MODERN ENTERPRISES.

The article considers the special features of the present state of Saint-Petersburg enterprises management potential. It also gives the analysis of the sociological polls results.

Yurev V.N. THEORETICAL ORGANIZATIONAL ASPECTS of INFORNATIZATION of the INDUSTRIAL ENTERPRISE.

The article presents the principles of informatization of the industrial enterprise and technology of developing economic information systems. The relations between problems and methods of informatization of the enterprise as a part of the integrated information environment are displayed.

Sitnikova L.V., Bastrikova O.I. LICENSING AS A 'SOFT' METHOD OF INTEGRATION.

Issues and methods of 'soft' forms organisation of companies integration during the process of integration transformation are considered in the article. Nomographic model, which allows defining some conditions of signing a licence agreement, which defends interests of all the parties involved, is proposed.

Tarasova A. S. COMPLEX FINANCIAL-ECONOMIC METHOD FOR PROVIDING STABILITY OF AN ENERGETIC COMPANY FUNCTIONING AND DEVELOPING.

Methological problems of creating a modern company management concept are observed. Factor financial model for determining financial stability is offered in order to support management decisions.

Sinelnikov V.A., Harchenko O.N. REALIZATION OF THE MODULE PRINCIPLE OF INTERNAL REPORTING OF THE CORPORATION.

Authors analize in the article the problems of internal reporting of the corporation with complex structure for satisfaction of different information needs of the users. Authors have offered methods of the determination of generalizing effective factors, models of the forms of internal reporting and schemes of their mutual bound.

Tikhomirov D.V. THE ANALYSIS OF MOTIVES OF THE ORGANIZATIONS AT THE INTERNATIONAL MERGES AND ABSORPTION IN IMPERFECT MARKET STRUCTURE.

The article investigates the main motives for mergers and acquisitions. Microeconomic analysis of organic and external growth strategies in non-competitive market is performed (in Cournot duopoly case) considering benefits and drawbacks of three made-up cross-border M&A cases.

Misakov A.V., Abdulkadyrova M.A., Basaev I.B. QUANTITATIVE ESTIMATION OF A CONDITION OF ANALYTICAL WORK.

The problems of theoretical and methodical representation of organization of the economic analysis as effective method of maintenance and amplification(strengthening) of competitiveness of the managing subject are considered.

The technique of a quantitative estimation of a condition of analytical work for practical application in sphere of business is offered.

Lopatin M.V. CONTROLLING OF THE PROCESSES OF THE MANAGEMENT INFLUENCE ON THE ENTERPRISE ACTIVITY EFFECTIVENESS.

The article considers the system of notions; approaches to the controlling of the management quality and gives the author's concept of the process provision of the management quality controlling and its influence on the enterprise activity effectiveness and its divisions structure.

Volkova I.O. CONCEPTION OF INVESTMENT PROJECT PORTFOLIO CREATION IN NETWORK COMPANY'S ASSET MANAGEMENT SYSTEM.

In the article the conception of investment project portfolio creation in network company's asset management system is represented. Principals and steps of investment project portfolio creating are suggested.

Ignatjev N.M., Afonichkina E.A. THE FORMATION OF RATIONAL STRUCTURE OF A CORPORATE INVESTMENT PORTFOLIO.

The article deals with problems concerning rational structure of a portfolio of investment projects belonging to the integrated economic system of a corporate type. It offers the complex of models for the development of the quantitative analysis procedures of the portfolio structure. Also the models of the choice of rational efficiency by the well-grounded criterion are given.

Makarov V.M., Artyugina I.M., Moshkalev D.S. THE BASIS OF COMPREHENSIVE ECONOMIC EVALUATION OF NUCLEAR POWER PLANT LIFETIME EXTENSION PROJECTS.

Problems on methodical instruments of economic evaluation of nuclear power plant lifetime extension projects are considered. Basic principles of comprehensive economic evaluation of nuclear power plant lifetime extension projects are offered.

Malyy V.G., Litovchenko V.V. SELECTION OF THE STRATEGIC FACTORS AS CONTROL OBJECTS DURING THE DEVELOPING THE INVESTMENT STRATEGY.

The paper proposes an approach to selecting of the strategic factors of strong growth during the developing the investment strategy. It offers the logic of factor's model generating and coordinating of the investment impacts with the goals of corporative strategy.

Shkorubskaya C.A. THE CONTRIBUTION OF TECHNOLOGICAL AND ORGANIZATIONAL INNOVATIONS TO INCREASE OF MARKET COST OF THE ENTERPRISE.

The short description of an estimation of the contribution of technological and organizational innovations is presented to increase of market cost of the enterprise, on the basis of use of a method of the discounted monetary stream. According to it the factors defining influence on increase of market cost of the enterprise prospective technological and organizational innovations are described - that is the major purpose of all management of the enterprise as acts as a condition of reception by them of the basic standard income from the capital enclosed in the enterprise.

Klochkova N.V., Ivanova O.E. BASES OF ESTIMATION OF COST OF THE DISTRIBUTIVE NETWORK COMPANIES.

In the article the authors deal with principles, mechanisms and methods of companies' economic value estimation. The authors consider discounted cash flow method for distributive power companies economic value estimations and cite correlation between using regulatory asset base method and increasing companies' economic value.

Kokh L.V. DIFFUSION ASSESSMENT OF INTERNET- BANKING BY CLIENTS AND TOP-MAN-AGEMENT.

The article considers the results of the clients' and top-management's questioning on accepting the innovative Internet-banking technology. The factors, influencing the promotion of Internet-banking in the banking business, have been defined. Recommendations on eliminating negative factors in the diffusion of Internet-banking are being developed.

Makashina O.V. CONCEPT OF RESULTS-ORIENTED BUDGETING.

The article deals with the concept of results-oriented budgeting. The article gives the number of different methods of budgeting.

Sytnikov D.A. THE INTRODUCTION OF RUSSIA INTO THE WTO AND FORMATION OF THE CREDIT POLICY OF COMMERCIAL BANK.

Are considered questions of a Russia's accession to the World Trade Organization and influence of this process on the credit policy of domestic banks.

Korolev V.A., Galstyan A.Sh., Shyanova A.A. THE ESTIMATION OF FINANCIAL RESULTS OF THE INSURANCE COMPANIES AND THE ANALYSIS OF THE STABILIZATION DIRECTIONS IN THE SYSTEM OF AUTOINSURANCE.

This article contains the analyses of the financial activity of the insurance companies, the evolution of unprofitability of the obligatory insurance of a civil liability of the owners of vehicles and the real stabilization methods of a situation in the market of autoinsurance.

Murashova S.V. THE PROBLEMS OF ADAPTATION OF TRADITIONAL BUSINESS TO INTER-ACTIVITY AND NEW INFORMATION ENVIRONMENT.

The basic problems of introduction commerce electronic system in traditional business-processes are considered. Ways of construction of virtual shops are offered.

Teselkin A.U. STATE REGULATION OF SMALL BUSINESS IN THE INTERNET TRADE.

The specific character of the Russian Internet trade is defined. The aspects of law, finance and taxation of the Internet shops are revealed. The essential ideas that the State regulation of the Internet trade should base on are listed.

Yudnikova E S THE STATE POLICY OF COMPETITION REGULATION IN COMMERCE.

This article gives the analyses of domestic and foreign competition policies, presents the key principles and directions for improving state regulation of market relations in commerce

Kosinova E.A, Tarasenko N.V. BUSINESS DEVELOPMENT IN TURISTSKO-RECREATIONAL SECTOR (ON MATERIALS OF THE CAUCASIAN MINERAL WATERS).

The analysis of enterprise potential of turistsko-recreational sector of the Caucasian Mineral Waters is carried out. Social and economic problems of the turistsko-recreational enterprises on which basis recommendations about maintenance of a sustainable development of enterprise activity in region are formulated are considered.

Kostjaev R.A. PROBLEMS OF USE OF THE NETWORK THE INTERNET FOR MAINTENANCE OF COMPETITIVENESS OF THE COMPANIES.

Possibilities of use of the data about attendance of a site of the company and behaviour of its visitors for monitoring of competitiveness of the company are considered. The model of behaviour of the users, considering the basic possible reactions of Internet users to company advertising, quality of its goods and services, the size of target audience, influence of virus marketing, formation of steady consumer opinions on the goods and services of the company and a number of other parametres is offered.

Kosenko S.G. ASSESSING THE COMPETITIVE POSITIONS OF DOMESTIC PERFUME-COSMETICS COMPANIES.

The article identifies promising directions of development of domestic perfume-cosmetic companies and ways to enhance their competitiveness.

Borshchev E.G., Mirolubov A.A. THE ANALYSIS OF USE OF INFORMATION-COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN ACTIVITY OF THE RUSSIAN ENTERPRISES.

The place and role of the information and communication technology in the information system of the enterprise and the factors interfering implementing and an effective utilization of information and communication technolo-

gies are considered. Some recommendations about decrease in influence of the most significant factors interfering implementing and an effective utilization of information and communication technologies are offered.

Chamaev S.Z., Melehin A.B. TOOLKIT OF ADAPTIVE MANAGEMENT OF ECONOMIC OBJECTS.

Are considered parametrical, structural and heuristic methods of adaptive management by economic objects in dynamic, poorly predicted conditions of the market. Use of the offered methods allows to raise a management efficiency productions in changing operating conditions.

Tsybalenko O. S., Tsybalenko S. V., Shepel O. V. MODEL OF MARKET COST OF THE REAL ESTATE ON THE EXAMPLE OF MUNICIPAL FORMATIONS.

Results of the correlation analysis and the basic stages of formation of statistical model by definition of market cost of the real estate were repaid are presented. Data on approbation of the offered model are cited.

Subanova O. S. TSELEVOY THE TARGET CAPITAL AS THE MECHANISM OF STRENGTHENING OF FINANCIAL STABILITY OF UNIVERSITY.

Questions of formation of the target capital of high school are considered. Merits and demerits of the target capital are revealed, comparison to world analogue – endowment is spent. The problem «justice from the point of view of different generations» is discussed.

Lysov O.E. PROBLEMS OF INCREASE OF THE LEARNING EFFICIENCY OF STUDENTS.

Are considered features of combination of work and study of students of a day mode of study of economic specialities of High schools, the factors influencing this process are revealed.

Varlamov G.V. INNOVATIVE INTERNATIONAL EDUCATIONAL PROGRAMMES AS A FACTOR FOR HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT.

Human capital formation issues through the development of innovative international educational programmes are studied in the article.

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ ВЕДОМОСТИ СПбГУ

№ 3–2 (58) 2008

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ.

Учредитель — Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

Издание зарегистрировано в Госкомпечати РФ, свидетельство № 013165 от 23.12.94

Телефон редакции 297-18-21

E-mail: economy@spbstu.ru

Научный редактор д-р экон. наук, канд. техн. наук, *профессор А.В. Бабкин*

Менеджер по работе с клиентами *А.В. Велецкая*

Ответственный секретарь, выпускающий редактор *А.А. Тарасова*

Корректор *Н.Н. Севрук*

Компьютерная верстка *Е.Г.Фортиной, Н.В. Стасеевой*

Директор Издательства Политехнического университета *А.В. Иванов*

Лицензия ЛР № 020593 от 07.08.97

Подписано в печать 04.06.2008. Формат 60×84 1/8. Бум. тип. № 1.

Печать офсетная. Усл. печ. л. 35,25. Уч.-изд. л. 35,25. Тираж 400. Заказ

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет.

Издательство Политехнического университета,

член Издательско-полиграфической ассоциации университетов России.

Адрес университета и издательства: 195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29.